



予約件数が5倍！

値下げなしで美容クリニックの 予約件数を5倍にしたLP改善事例



この資料では、こんなお悩みのヒントになる事例をご紹介します。

広告の素材はあるけれど
なかなか成果につながらない...

インフルエンサー施策をやりたいけれど、コストがネックで踏み出せない



今回のお客様と施策概要

- お客様 美容クリニック
- 商材単価 10万円～
- ご支援内容 Webマーケティング戦略設計、広告運用、LPO

施策実施前の課題

- ・ 施術面での差別化の困難さ
- ・ 価格競争激化による予約効率の低下
- ・ 予約キャンセル率の上昇と来院率の低下

仮説

多くの消費者が「安かろう悪かろうでは意味がない」
「絶対に失敗したくない」という強い不安を抱えている

↓

真摯な姿勢・高い技術と専門性・高い顧客満足度を前面に打ち出すことで、価格競争に巻き込まれることなく、顧客から選ばれる独自のポジションを確立できる

— 実際に行った施策

課題や仮説を踏まえ、上記課題を解決するため4つのステップで提案と施策実行をしていきました。

施策 01

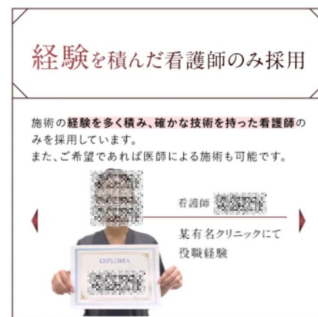
注意喚起と こだわりの明示



安易に価格だけでクリニックを選ぶことの潜在的なリスクを提示。その上で本院が「なぜ選ばれるのか」具体的な「こだわり」として訴求

施策 02

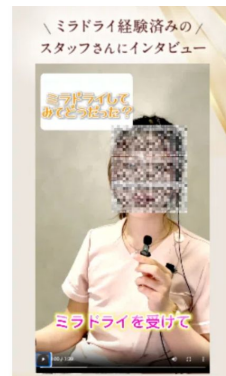
客観的な 「専門性の証明」 の提示



医師や看護師が保有する、各種学会の認定医・専門医資格などをLP上に明示

施策 03

「本音の感想」 インタビュー動画掲 載



顧客が本当に知りたい「本音の情報」を伝えることで、施術への心理的なハードルを下げる

施策 04

「実際の口コミ」 の積極的な紹介

他サイトへの離脱を防ぐため、LP内にGoogleの★評価や、顧客の許可を得た実際の口コミ（施術への満足の声、スタッフへの感謝の言葉など）を顧客目線に立ったLPのストーリーラインとして掲載

4つの方針で施策を実施した結果、以下の成果が得られました。

成果01

予約CVR

0.69% → **90**倍
(約2.5倍)

成果02

予約CPA

¥69,973 →
¥28,789
(約59%改善)

成果03

その他の成果

9件 → **42**件
(約4.6倍)
※施策実施前と実施後の月間比較

LPO戦略と連動した広告展開の結果、値下げを一切せずに
「価値」を求める顧客層の獲得に成功し、広告費用対効果も大幅に改善しました。

今回の事例で得た学びは、以下の3点です。

皆さまが抱えるお悩みを解決するヒントになれば幸いです。



学び01

競合他社とターゲット心理を 俯瞰した"仮説設計"



競合の状況と顧客が本当に求めるものを見極め、その会社独自の仮説を構築することが大事。今回のケースでは、競合他社とターゲットの徹底的なリサーチがあったからこそ、仮説の解像度が高まりました。

学び02

仮説を、クリエイティブ・ LPへ落とし込む実行力



仮説をコンテンツに的確に反映させる実行力が不可欠。クリニックは価格ではなく「価値」で選ばれるようになってきていると感じます。

学び03

良いお客様が良質な口コミを 生み、新規のお客様を連れて くる"Goodスパイラル"



実際に来院されたお客様が良質な口コミ（UGC）を生み出し、新たな顧客獲得へと結びつく「良いスパイラル」を創り出したことで、広告効果の大幅改善につながりました。

最後まで読んでいただき、ありがとうございました！

アドケイトでは、Webマーケティング支援から、SNSアカウント運用、インフルエンサーキャスティングまで、一通貫でマーケティング支援を行っています。

マーケティングのお悩みやご相談など、お気軽にお問い合わせください。

お電話でのお問い合わせ
06-6484-7810

受付時間 10:00~19:00（土日祝除く）

WEBからのお問い合わせ

<https://adcate.co.jp>



株式会社アドケイト

住所 大阪府大阪市中央区南本町2-4-8 ミズワンビル2F

HP <https://adcate.co.jp>