

DESIGN REEL × IG DM × LINE

ネイル・まつげ

“このデザインが好き”を、 そのまま予約に変える。

デザイン投稿から、施術者・所要時間・空き枠まで迷わせない

業界別 AI集客・予約導線のご提案

2026.09.02



今の集客を捨てず、役割分担を変える。

既存媒体は新規発見に残し、興味の深掘りと再来を自社導線へ。



媒体を否定するのではなく、得意な役割だけ任せます。

答えは、3つを一本につなぐこと。



入口の興味を、そのまま予約・再来まで引き継ぎます。

デザインは見られる。でも、価格・時間・担当で止まる。

01

人気デザイン
問い合わせ集中

02

得意な施術者
見つけてもらえない

03

次回予約
個人管理

問題は“集客数”だけでなく、選ばれ方と追い方が人に依存していること。

投稿ごとに、違う入口をつくる。

同じフォロワーでも、反応するテーマは違います。

1

韓国ネイル

コメント「韓国」

2

オフィスネイル

コメント「仕事」

3

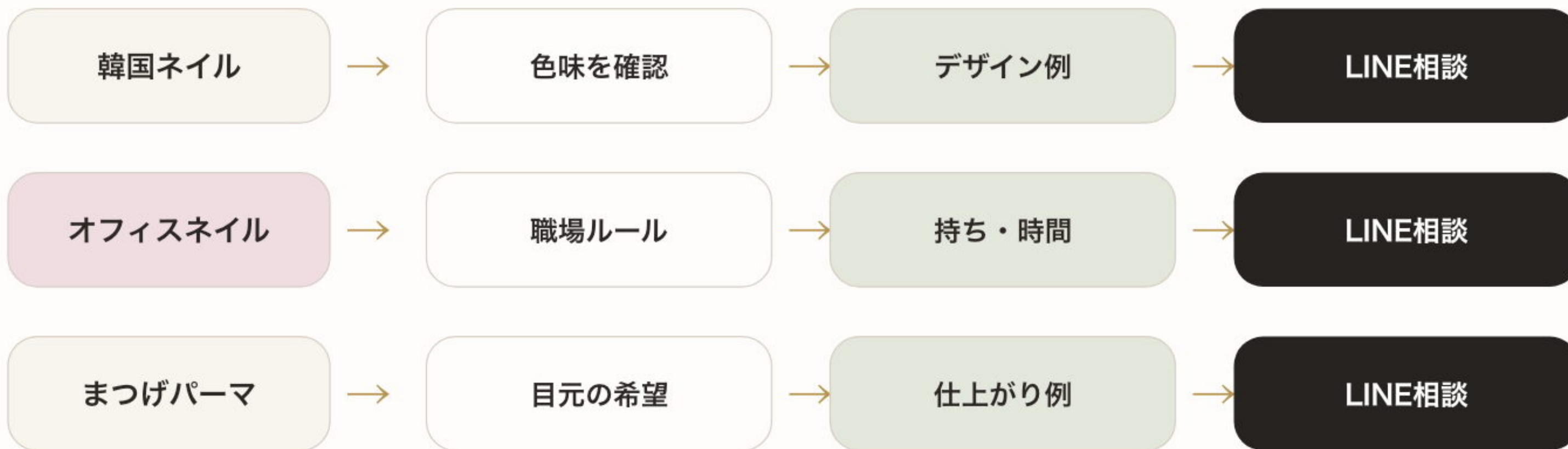
まつげパーマ

コメント「まつげ」

投稿テーマを入口IDとして、次の案内を変えます。

入口ごとに、InstagramのDMステップを変える。

見た内容の続きを、順番に届けます。



IG Harness : コメント検知 → 内容別DM → 時間差ステップ → LINE案内

LINEに入った後も、専用シナリオへ分岐。

最初から説明し直さず、興味に合った次の一步を見せます。

韓国ネイル

デザイン診断

得意ネイリスト

空き枠

オフィスネイル

条件を確認

施術者提案

空き枠

まつげパーマ

目元診断

アイリスト提案

空き枠

投稿 → IGのDMステップ → LINEシナリオを、1本の導線として設計

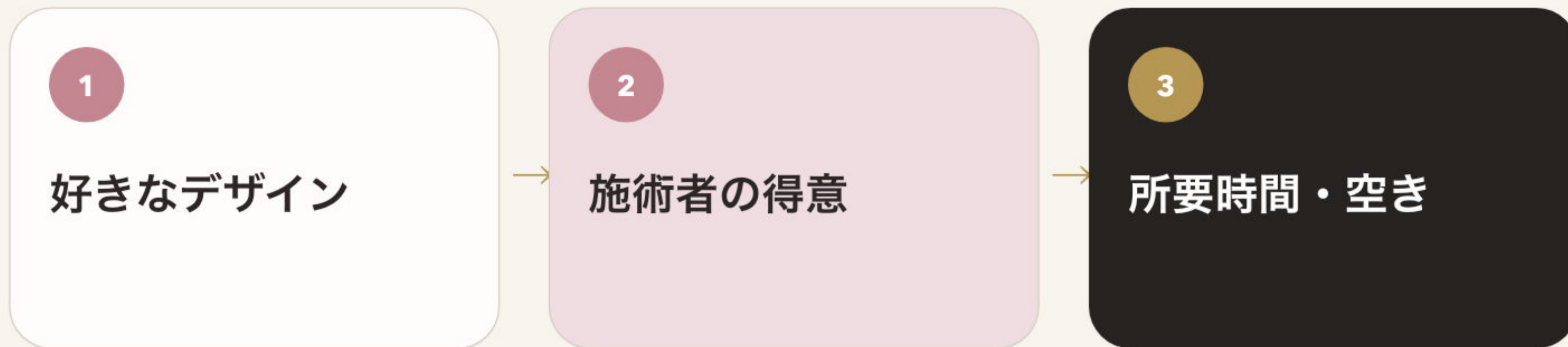
SNSが変わっても、“同じお客様”のまま。

どの投稿に反応した人かを、LINE側へ引き継ぎます。



顧客理解がゼロに戻らないから、案内が自然につながります。

“人気順”ではなく、“相性順”で案内する。



お客様が自分で“当たり”を探すのではなく、仕組みが候補を絞ります。

デザイン・施術者・所要時間を見て予約相談

今週の空き枠

木 3

金 4

土 5

日 6

月 7

日付を選ぶ



候補を見る



予約相談

1

おすすめ枠

11:00

2

空きあり

14:30

3

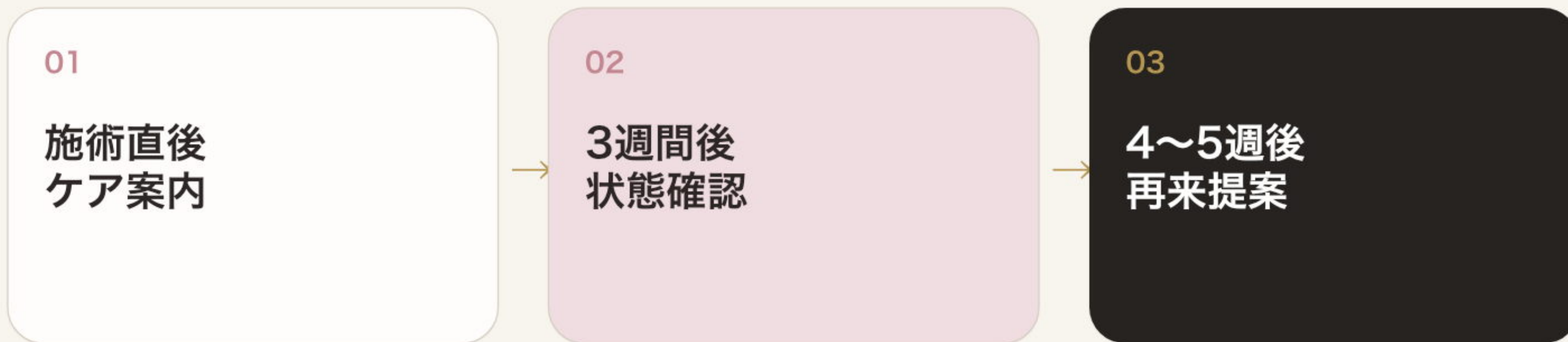
相談可能

16:00

※実証実験では、既存予約ルールと実際の空き枠へ接続します。

予約して終わりではなく、再来まで育てる。

来店・受診後の案内も、時期に合わせて変えます。



“次にいつ連絡するか”を担当者の記憶に頼りません。

個人の知名度ではなく、店舗・医院の導線を資産にする。

これまで

個人投稿に依存
DM回答が施術者任せ
再来時期を追えない

今回導入するシステム

店舗投稿が入口
デザイン別に自動案内
再来を店舗で育てる

属人性を減らし、空いている人・枠・メニューへ予約を届けます。

“なぜ予約・再来されたか”まで見える。

次の投稿とシナリオを改善するための数字です。



投稿 → IG DM → LINE登録 → 予約 → 再来

同じお客様の流れとして検証

4週間だけ、1導線から試す。

既存運用を壊さず、結果を見てから広げます。



表示価格・所要時間・キャンセル条件は実際の予約ルールと一致させます。

NEXT DECISION

まずは、 1投稿・1導線から。

韓国ネイル投稿1本から4週間。
予約・再来・負担が変わるかを確認します。

4週間の実証実験を相談する

