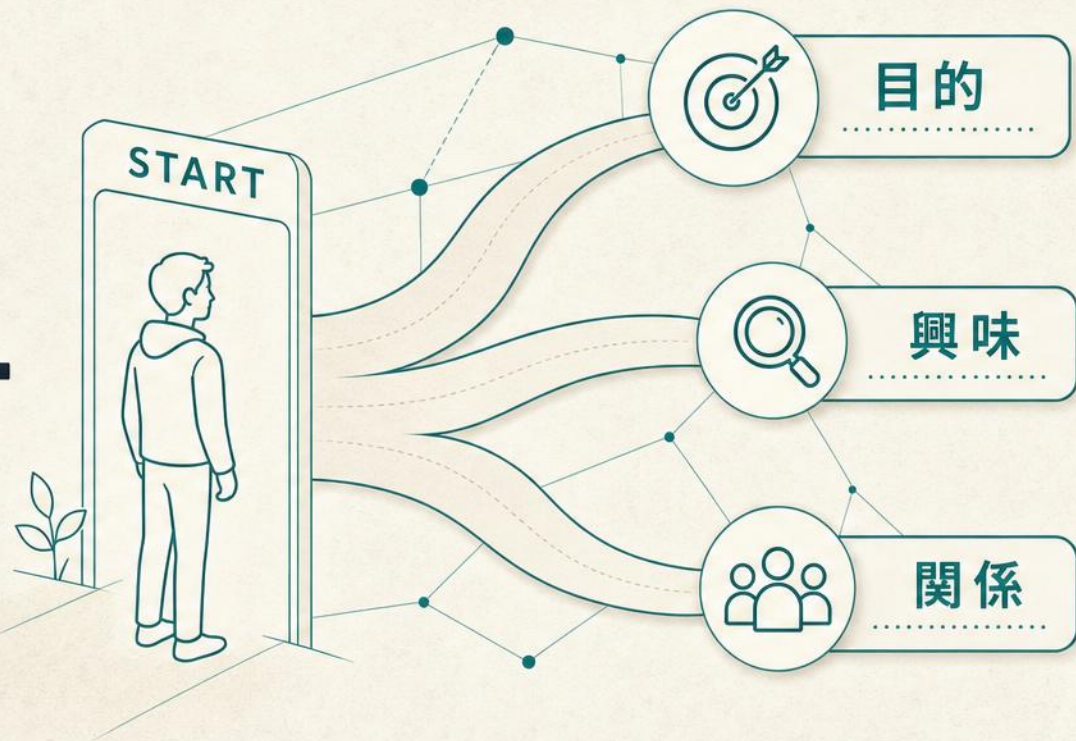


2026.06 MTG.

継続率を上げる スタートダッシュ設計

LIMIT-BREAKER+ コンサルティング



効くのは 2ヶ月目以降の解約率

初月の解約は目立つ。でも会員数を決めるのは、2ヶ月目以降の解約率



目立つが下げにくい

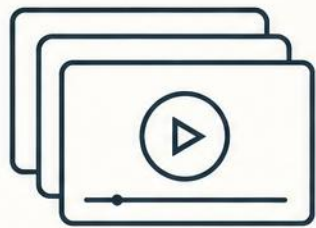
- 初月35%は業界共通で、ここは下げにくい
- 効くのは2ヶ月目以降の解約率10%を下げる
- 失客率を半分にすれば、会員数は2倍になる



サロンには3つの型がある

「量」だけで戦わない型を選ぶ

情報系



高解約

- 情報系: 見なくなったら解約されやすい

スクール系

事例:
NeoSOMA



- スクール系: 目的設定で継続理由が生まれる

コミュニティ系



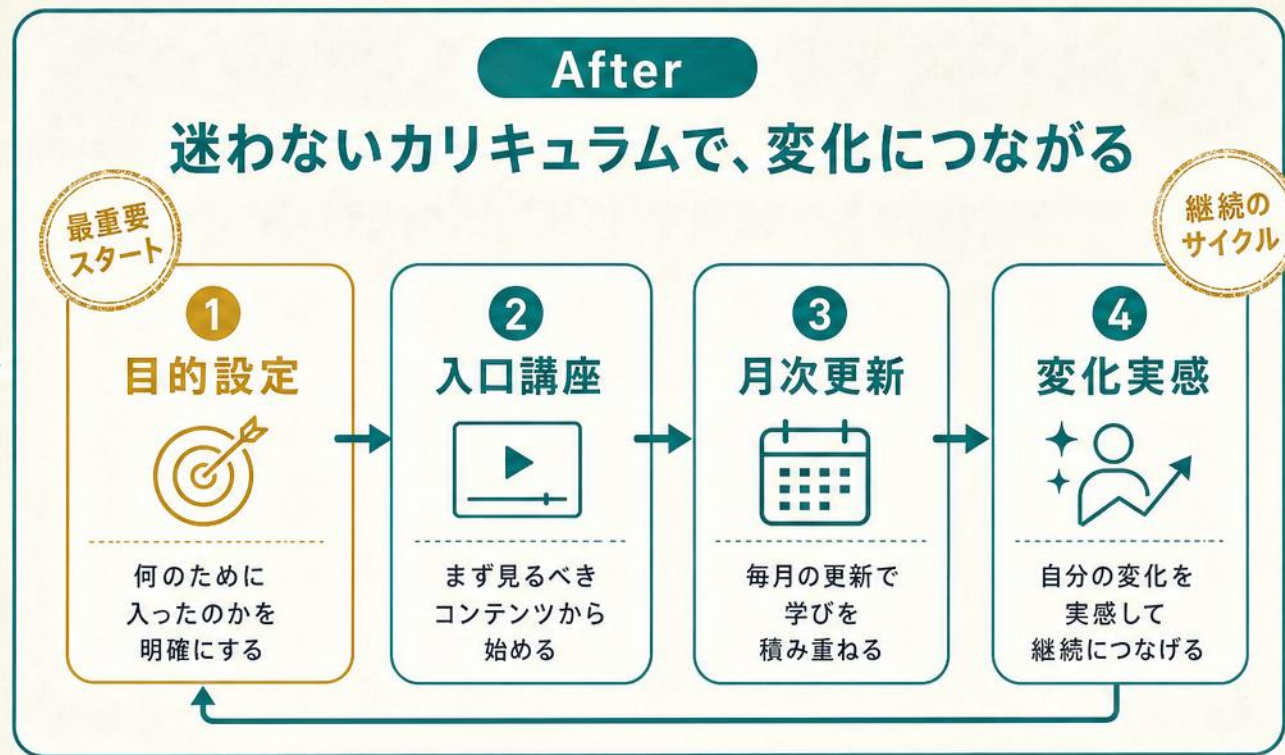
- コミュニティ系: 場と関係性に価値が残る

今回の設計方針

入会直後に目的を持ってもらう

見る順番を渡すと、継続理由ができる

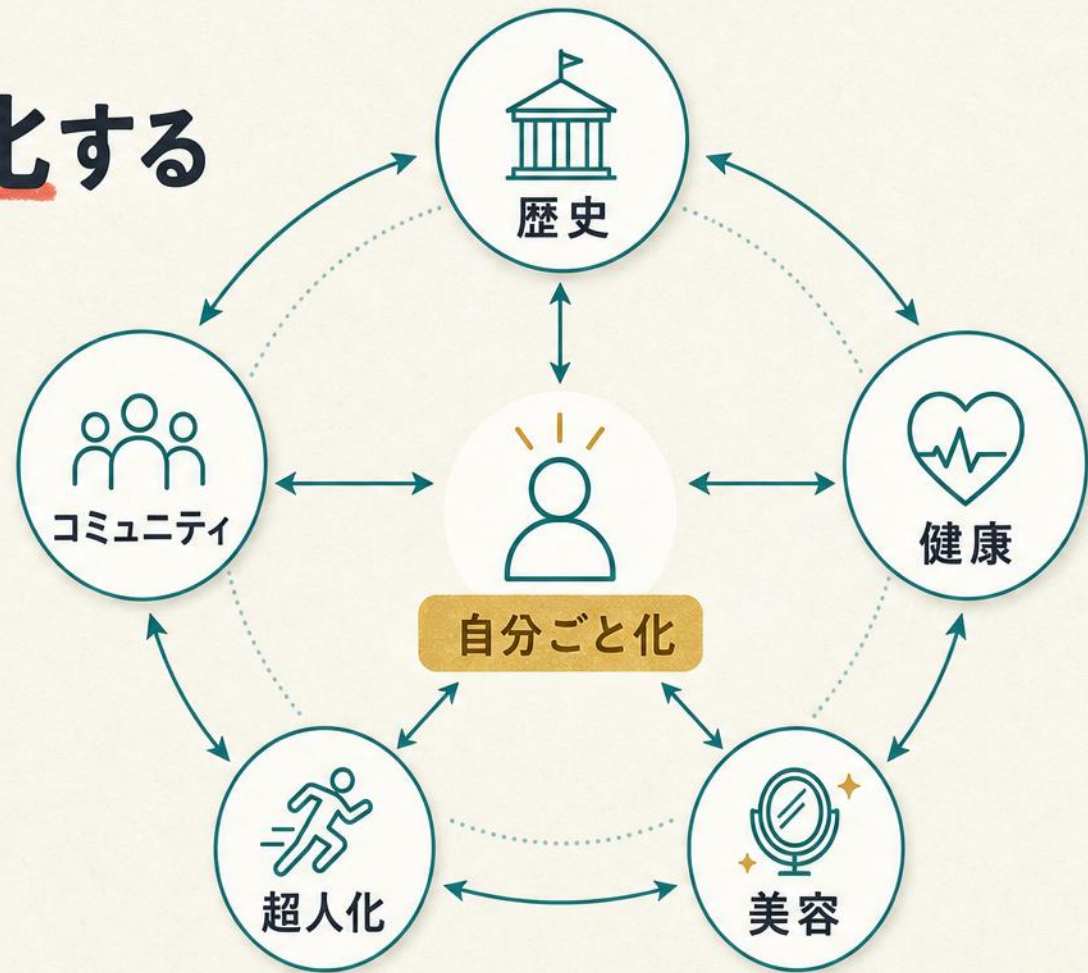
- 何のためにいったのかを書いてもらう
- まず見るコンテンツを迷わせない
- 毎月の更新が自分の変化につながる



5つの柱をネットワーク化する

興味の外側にも、見る理由を作る

- 興味がない分野にも価値を発見してもらう
- 講師目的の人には近い講師を紹介する
- 歴史・健康・美容・超人化をつないで見せる



初回セミナー3ステップ

目的設定・興味づけ・関連付けを一気に行う

STEP
1

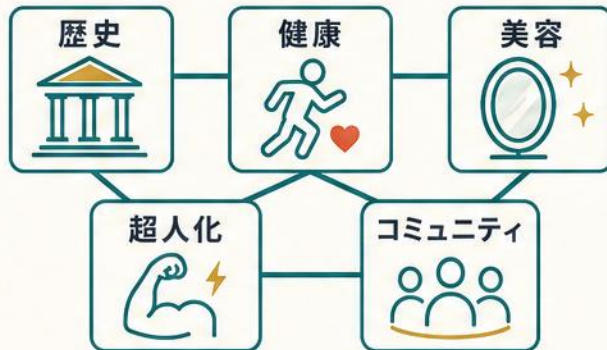
目的を書く



- 目的を書く

STEP
2

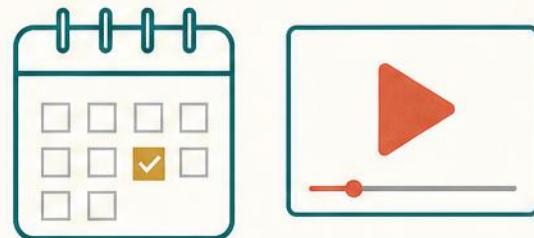
5分野の価値を見せる



- 5分野の価値を見せる

STEP
3

次に見る順番を渡す



- 次に見る順番を渡す



次の運用: 入会アンケートをセミナー内で回収