

2018/04/01

有限会社スタイルプロデュース門馬俊光

お金と人の問題を同時に解決してしまう 「R法」



◆ はじめに

レポートのご請求たくさん頂きました。

ありがとうございます。

このようなメッセージを頂きました。

===

おはようございます。毎度毎度ですが、集客に悩んでいます

===

こんにちは。いつもメルマガが楽しみに読ませていただいております

今の悩みは、新規のネイルのお客が増えない事です。

スタッフを導入したので、ネイルお客様を増やせたらと思ってるのですが・・・よろしくお願いします。

===

サロンを経営していると

お金（＝売上）と人間関係（＝集客）

こんな関係が成り立ちます。

人間関係（＝スタッフ育成）というのものもあるかもしれません

これを3分で解決する方法ということで、先日のメールでお伝えしました。

ですが、

最初に謝っておきます。

3分は大袈裟でした。

もう少しかかります。

でも、できるだけわかりやすく、その大切な事について、このレポートではお伝えしたいと思います。

◆ サロン経営における「お金」と「人」の問題とは？

サロン経営におけるお金と人の問題には、共通点があります。

サロンの売上は、お客さまによってもたらされます。

「人を集めること（集客）で、売上（お金）も集まってくる」ということです。

人を集めると、お金も集まってきます。

サロン経営で、もっとも大切な事は、

「お客さまを集める事=集客」ということです。

この部分は、多くのサロンオーナーさんは、共感して頂けると思います。

こういう事、集客でお悩みの方がとても多いです。

では、集客について、詳しく考えてみます。

繁盛しているサロンさんと、そうでないサロンさんの違いです。

これは、サロンさんだけではありません。

おそらく、みなさん大好きなあの東京ディ○○やUS○○も

いつも行列のラーメン○郎も、

私が、知っている限りのお客さまで溢れかえっているお店、サロン、ショップ、テーマパーク、神社、お寺、パワースポットなど

すべてのお客さま商売をしている繁盛サロンに共通する重要なことがあります。

それは、

「繁盛店は、すべてリピーターで成り立っている」

ということです。

すべての商売は、繁盛か？閑古鳥が鳴くか？は、
お客さまがリピートして下さるか、否かですべてが決まっています。

つまり、今回3分間でお伝えするお金と人の問題を解決する方法、
「R法」とは、お客さまに、もどって来て頂くための方法。
究極のリターン法、リピート法の事です。

◆ リピートに絶対必要なこととは？

「リピートで大切なことは次回の約束をする」です。

デートでもそうですが、次回の約束をする事でおつきあいが継続していきます。

しかも、さらに大切なことは

いい意味で期待を裏切るです。

それはスタッフさんでも同じことです。

人はサプライズが大好きです。良い方ですけどね

満足度を上げていくことが、次回の約束、会いにきてくれる、会いたいと思っていただく確率が高まります。

次回の提案や次回のオススメを必ずすること。

次回もお客様が来たくなるような、今日の満足はもちろんですが、次もご来店いただくための、お客さまがワクワクするようなご提案や約束をしましょう。

スタッフさんなら、ワクワクする将来を応援してあげましょう。

来月は、どこに行こうか？

来月は、こんなことしませんか？

次回は、〇〇なので、〇〇な事をしてみませんか？

次回は、〇〇なので、〇〇が良いですよ。オススメですよ。

お客さまも

恋人も

スタッフも

あなたに会いたくなるような約束、ご提案をしましょう。

◆お客様のリピートを増やす方法

リピート客というと、どういうイメージがありますか？

リピート客を増やすというと、どんなお客様に来て欲しいのでしょうか？

ということが明確になっていますか？

例えば、

1回目のお客様に2回目に来て頂く、

2回目のお客様に3回目来て頂く、

4回目のお客様に5回目に来て頂く・・・

実はリピートのお客様を増やす人を増やすといっても、その回数によってお客様に対するアプローチが違います。

ただ一生懸命やればお客様はリピートするのでは？

と考えがちですが、

サロンでは、2回目に来て頂いたお客様と3回目、4回目、5回目に来たいただいているお客様のアプローチは、

実は微妙に違っていたりします。

こういったことを考えながら、リピートのお客さま一人一人を増やしていくことが大切になってきます。

これが個別対応でも、回数によって、アプローチを変える。ということ。

かの有名戦国時代のお話です。

三成の三献茶

石田三成のお話です。狩りをしていた秀吉が、三成が小僧をしていた寺で茶を所望しました。

1. 最初に、「ぬるいお茶が大きいお茶碗」で出てきました。一気に飲んだ秀吉はお代わりをします
2. 次に、「まあまあ熱いお茶がさっきの半分くらいの小さいお茶碗」で出てきました。飲み終えた秀吉は「もう一杯」とお代わりをします
3. 最後に、「さらに熱い茶が、高価なさらに小さい茶碗」で出てきました。

この茶の出し方が気に入った秀吉は、寺の小僧だった三成を家来に取り立てるといったエピソードです。

最初に、ぬるいお茶が大きい茶碗で出てくるのは、喉が渴いている状態で、ガブガブ飲めるように、

次に、少し熱いお茶が少しでてくるのは、喉の渴きが落ち着いたところでゆっくりと気分を落ち着けるように、

最後に、お茶の適温（70～80度）で出てくるのは、お茶そのものの味や香りを楽しめるように。

このように、同じお茶をだすにでも、

1回目と2回目、さらに3回目の熱さ、量、器を変えて、提供する事で、同じ人に、違った状況に合わせて提供する事、相手の事を考えて、提供することが、相手の満足度をさらに高めるという、1つの例です。

同じ事をする、同じ事を提案するだけでは、お客さまは飽きてしまいます。

今までの、コンサルメンバーさん達のサロンのデーターを、見せて頂くと、そういうことが、データーにも顕著に表れています。

- 1回目の失客が多いサロンさん → 技術、接客に問題あり

- 3回目で失客するサロンさん → 提案力、接客に問題あり

- 5回目で失客するサロンさん → 在り方に問題あり・・・

このようなデーターから、このような原因、理由が考えられます。

◆ あなたのサロンを繁盛させる簡単な秘密

あなたのサロンを繁盛させる最大の秘訣があります。

それは、

1回しか来ていないお客様の利用回数を2回に増やすということです

ですが、皆さん、新規客を欲しがります。

1回きりのお客様を多く集めても一瞬の売り上げで意味がありません。

大事なのはそのお客様にいかにリピートしていただくか？ということです。

そうしないと、毎回、新規のお客様を集客し続けていかないとお客さまが溜まるどころか増えてさえいきません。

毎回、毎回、集客で悩んで、疲れてしまうのです・・・

1回でも、来て頂いたお客さまに、再度来て頂くために、全力を尽くす！

これが、とても大切な事です。

◆ なぜ価格が安くてもお客様はリピートしないのか？

いくら割引チラシを使って新規客をたくさん集めてもそのお客様が1回しか来ないのであればあまり意味がありません。

フリーペーパーや安売りのチケット、クーポンサイトの安売りで集めたお客様は次回も割引がないと利用しない。

こういう事は、もうすでに、みんな知っている事だけど・・・

やっぱり、安易な方法に頼ってしまうという、負のスパイラルに陥ってしまうサロンさんもあるわけです。

安い価格にだけ興味を持ってるお客様を集めてもさらに安い店をジプシーのように渡り歩くだけで、リピートしてくれるようにはなりません。

そもそも、割引をして、利益を削って、リピートしないお客さまを集めている訳です。

これでは、ダメです。

割引や安売りに頼った集客をしない。

◆ リピートしやすいお客様を集める

リピートしてくれるお客さまとは？どんなお客さまでしょうか？

あなたのサロンの売りや強みを必要としているお客様。

あなたのサロンの価値観に共感するお客様の事です。

こういうお客さまを集める事です。

あなた、あなたのサロンの価値観を必要としているお客さまを集客する事です。

◆ その美容室に通うわけ

ここで1つ質問です。あなたはおそらく美容室に通っていると思いますが

もしその美容室にリピートしたいと思う理由があるなら、それはどんな理由ですか？

逆に、初めて行った美容室でもう二度とこの美容室には来ない！！
と思ったとしたら、その理由はなぜでしょう？

もう一つ質問です

前回、あなたが行った美容室の名前と、いつ行ったのか？どんな施術をしたのか？詳しく覚えていますか？

そして、担当者の名前を覚えていますか？

あなたがその美容室の常連さんなら、忘れることはないと思いますが、以外と覚えていないものです。

◆ お客さまがリピートしない、本当の理由

実はお客さまがリピートしない最大の理由というのがあります。

お客様がリピートしない理由とは？

技術

商品

知識

接客

価格

例えば、これらに問題があるからでしょうか？

おきやくさまが、リピートしない原因の多くは・・・

お客様があなたのサロンのことを「忘れている」ということです。

あまりにも、単純すぎて、信じられないかもしれませんが、

先程、美容室の事で、あなたに質問しました。

つまり、そういうことなんです。

◆ で、お客さまにリピートして頂くために

● 正しい来店頻度をお客さまに教えてあげる

理想的な状態でお客様にご来店いただくためには3ヶ月以内に思い出していただくということをすれば有効です

私が新規のお客様のアフターフォローでお勧めしているのは3週間で3通のダイレクトメールを送ると言うことです。

1, ご来店いただいた日

2, 1週間後

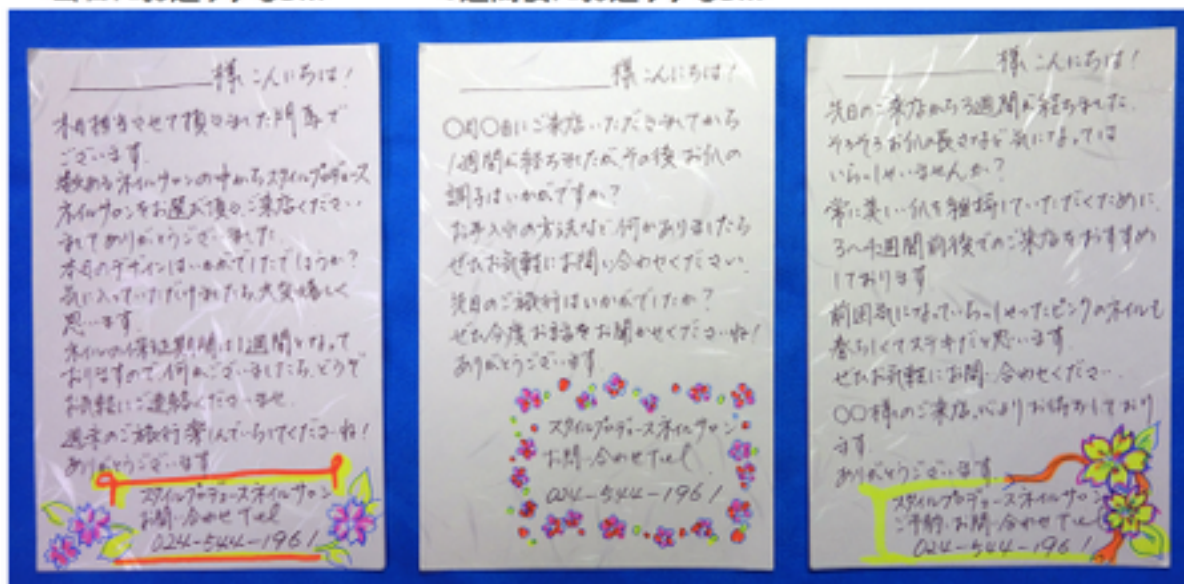
3, 3週間後

DMを「当日」「1週間後」「3週間後」3回送る

当日にお送りするDM

1週間後にお送りするDM

3週間後にお送りするDM



これで第1回の来店頻度が出来上がります。

通常はこの3枚のDMで終わってしまうのですが、

【重要！！】

その後、メールやLINEなどで、毎週1回お客様にサロンの情報や季節ごとのおすすめメニュー、その週の予約の空き状況などを定期的にお送りするように勧めています。

このように、ご来店いただいたお客様に、あなたのサロンを忘れないように、定期的にお客さまにコンタクトを取ること、あなたのサロンを思い出していただく事を継続していきましょう。

毎週、お客さまとコンタクトをとる

◆ 来店周期を作る

3カ月間の間に3回来ていただく。

このようなお客様は固定化しやすいといわれています。

お客さまとの接触回数を増やすともいます。

では3ヶ月以内に3回利用していただくためにはどうすればいいか

● 次回予約をいただく

来店周期を作る上で最も大切なことが次回予約をいただくことです

次回予約割引でいただいたり、特典を付けて次回割引次回予約をいただいているケースもあるかもしれませんが、

次回予約はお客様の満足だけで簡単にいただくことができます

その日の施術が終わった、どのタイミングで次回予約をお伺いするか、次回予約をお勧めするかで、次回予約がいただけるか？いただけないか？が決まってきます

次回予約をご提案するときは必ず施術が終わってお客様の満足度が高いアフターカウンセリングの時に「次回予約」のご提案をします

逆にこのタイミングでは、次回予約をいただけないというタイミングがあります。

それはお会計の後です。

お会計の後の次回ご予約のご提案は、お金を払った後の消費の痛み
の後で、しかもお客様の気持ちはもうお帰りになる気持ちになって
いますので、ゆっくりとスケジュールを確認する余裕がありません。

ですから、次回予約のご提案は、お客様の満足度が高い施術が終わっ
た直後のアフターカウンセリングの時にゆっくりとご提案をすること
が重要です。

◆ あなたのサロンの売上げの80%は上位20%のお客様の売上げで作られている

ですから、上位20%のお客様を徹底的にえこひいきしましょう。

上位20パーセントのお客さまを、特別扱いしましょう。

これを「80対20の法則」や「パレートの法則」と言います。

実際にあなたのサロンの年間のお客様の利用金額の累計を出してみると大体この割合に当てはまると思います

あなたのサロンの繁盛は、常連の客様上位20%のお客様を大切にすることでキープすることができます。

◆ あなたのサロンが選ばれるために

多くのサロンの中から、あなたのサロンを選んでいただくために大切な事があります。

なぜあなたのサロンを選ばなければならないのか？

その理由がお客様にはわからないから、お客様はあなたのサロンにはいかないのです。

お客さまが、あなたのサロンに行かなければならない理由が、お客さまにご理解頂ければ、お客さまは、必然的にあなたのサロンに行きたくなります。

あなたのサロンの価値観、あなたのサロンの強みやウリを明確にする。

あなたのサロンが、お客様の悩みや困りごと希望や願望を叶えられるサロンであるということ。

これをお客様にしっかりと伝えることが必要になります

数ある同業のサロンの中から、あなたのサロンと他のサロンとの違いをを明確にして、お客さまにお伝えする事が必要です

ほとんどのサロンさんは、カット3,000円とか脱毛3,000円からとか金額だけを伝えている傾向が強いです。

これでは他のサロンとの差別化や、他のサロンとの違いというものをお客様に知っていただくことができません。

ただ金額だけを比べてもらうだけになってしまいます。

あなたのサロンの違いを、金額だけでなく、内容、成果で伝える。

◆ 来て欲しいお客様にサロンに来て頂くために

あなたのサロンの得意なメニュー、強みのある技術を絞り込む

そのメニューや技術を本当に必要としているお客様を絞り込む

あなたのサロンの強みを分かりやすく伝える。そしてそれを必要としている興味があるお客さまに伝えて行く。

◆ お客様は知らない人からは買わない

あなたのサロンの顔見せることも、とても重要です。

あなたのサロンがどんなサロンか？「サロン＝あなたの人柄」を見せる

◆ サロンの集客で最も大切なこと

一般的にはサロンの集客と言うと、1番に新規集客、2番目がリピート客を増やす、というイメージがあるかもしれませんがね。

ですが、今まで1,200件以上のサロンをサポートしてきて実感していることがあります。

確実に繁盛するためには、集客の優先順位は

1番がリピート客を増やす

2番が新規集客を増やす

なぜならば、リピートが増えなければ、常に新規のお客様を集客し続けなければなりません。

それはまるで、底に穴が開いたバケツに一生懸命水をためるようなものだからです。

お客様が1人でも2人でもそのお客様がリピートしていただきって初めて、お客さまが溜まっていきます。

そこに、新規を集めることで、お客さまが全体で、4人、6人、12人、100人・・・と増えていきます

今来てくださっているお客様に、次回も必ず来ていただくこと。

たとえ1人のお客様でも、リピートしていただくことに全力を傾けることが繁盛サロンの第一歩です。

◆ まとめ

今回は、「リピートを増やすR法」ということで、

どうやったらリピートの客を増やせるか？ということについてお伝えをしました。

お客様が来てくださること、お客様がリピートして下さる事は当たり前のことではなく、とても有り難いことなのです。

もし、いま、あなたのサロンで、少しでも集客の事で問題があるなら、

来るのが当たり前、来てくれるのが当たり前、という知らず知らずのうちに出来上がってしまったお客様への依存の気持ちを少し見直してみましよう。

感謝の気持ちを改めて、お客様に接していきましょう

次回予約をいただくことも、じつは、お電話をいただいた時から、次に来ていただくための接客は始まっています。

◆ ポイントのまとめ

- ・「人を集めること（集客）で、売上（お金）も集まってくる」ということです。
- ・「繁盛店は、すべてリピーターで成り立っている」
- ・「リピートで大切なことは次回の約束をする」です。
- ・「次回の提案や次回のオススメ」を必ずすること。
- ・来て頂いたお客さまに、再度来て頂くために、全力を尽くす！
- ・割引や安売りに頼った集客をしない。
- ・あなた、あなたのサロンの価値観を必要としているお客様を集客する事です。

- ・お客様があなたのサロンのことを「忘れている」ということです。
- ・正しい来店頻度をお客さまに教えてあげる
- ・次回予約をいただく
- ・上位20%のお客様を徹底的にえこひいきしましょう。
- ・あなたのサロンが、お客様の悩みや困りごと希望や願望を叶えられるサロンであるということを伝える
- ・毎週、お客さまとコンタクトをとる
- ・あなたのサロンの違いを、金額だけでなく、内容、成果で伝える。
- ・あなたのサロンがどんなサロンか？「サロン＝あなたの人柄」を見せる

・たとえ1人のお客様でも、リピートしていただくことに全力を傾けることが繁盛サロンの第一歩

ぜひ、このレポートが、あなたのサロン経営のお役に立つことを心より願っています。

このレポートをお読みになったの、ご感想や、ご質問、ご相談などもお気軽にお送り下さい。

◆ 追伸

このほかにも

「すべての悩みがゼロになる5つの問題解決法」

というのを

私の師匠に教えて頂きました。そちらもあるんですが、知りたいですか？

ページ数も少なくなってきたので、

もし、5つの問題解決法が知りたいという方は、無料相談でお教え
します。

<https://55auto.biz/styleproduce/touroku/entryform24.htm>



こちらから申し込んでください。

もちろん全て無料でお教えいたします。

スマホの場合は、qrコードからアクセスして頂けます。

有限会社スタイルプロデュース
門馬俊光



門馬俊光プロフィール

会社経営、サロン経営コンサルタント、美容師。

1968年福島県生まれ。美容学校卒業後、数店舗の美容室に勤務後、24歳で独立開業。

3店舗までサロンを増やすが、スタッフの大量退店などで、自身の経営者としてのコミュニケーションの問題に気づき、コーチ

ングを学ぶ。その後、サロンを立て直し福島市と仙台に美容室、ネイルサロン、ネイルスクールを経営。その実践的な方法などで、全国のネイルサロンを中心として、サロン経営者向けのコンサルティ

ングを提供。全国で1200人のサロン経営者に、サロン経営をサポートしている。