【改訂版】
ネイルサロン経営セミナーシリーズ　第３弾

# ネイルサロンで「次回予約」が簡単に取れるようになるセミナー

有限会社スタイルプロデュース
門　馬　　俊　光

coach&consulting
StyleProduce Communications

# 本日のセミナーの目的

既存客のリピート率を上げて、安定的な集客が出来るネイルサロンにする

そのための方法、ノウハウや考え方、理想的なネイリストさんとしての心構えを学びます

# 安定したネイルサロンにするために必要な事

１，安定した売上、料金、人気のメニュー、サロン環境、外部サロン
　環境の整備

２，集客のシステム、安定した集客のしくみづくり、
　新規客、既存客、それぞれの安定した集客の仕組み

３，人気あるサービス、接客、スタッフ育成、サロン内部環境整備

●　最も重要なポイント

・再来客を増やす
売上を上げる＝客数を増やす　再来客のリピートを増やす

# お客さまがネイルサロンに求めていること

利用前：キレイになりたい、美しくなりたい

初回時：友人知人の口コミ
都合の良いときに予約が取れる
交通の便がいい
料金がリーズナブル

リピート：仕上がりがキレイ、丁寧
スタッフの接客が良い

選択重要項目：スタッフの接客態度が良い
イメージ通りの仕上がり
交通の便が良い

# 第1部　安定したネイルサロンづくり

ネイルサロンで売上を上げる方法

１，単価を上げる
２，客数を増やす
３，回数、頻度を上げる

今回のテーマは、

２，客数を増やす

StyleProduce Communications

# コンサルメンバーさんの例　1

| 2015年 | 1月 | 2月 | 3月 | 4月 | 5月 | 6月 | 7月 | 8月 | 9月 | 10月 | 11月 | 12月 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 営業日数 | 24 | 20 | 22 | 19 | 21 | 21 | 22 | 24 | 23 | 22 | 25 | 25 |
| 総売上 | 342,120 | 365,100 | 398,600 | 352,900 | 331,600 | 343,370 | 407,765 | 402,080 | 412,720 | 443,100 | 465,900 | 525,280 |
| 総客数 | 37 | 39 | 41 | 37 | 34 | 35 | 39 | 36 | 43 | 43 | 45 | 47 |
| 技術売上 | 340,120 | 365,100 | 398,600 | 342,900 | 331,600 | 343,370 | 407,765 | 392,080 | 412,720 | 441,600 | 465,250 | 525,280 |
| 技術客数 | 37 | 39 | 41 | 37 | 34 | 35 | 39 | 36 | 43 | 43 | 45 | 47 |
| ハンド売上額 | 340,120 | 334,500 | 383,800 | 296,400 | 293,500 | 286,010 | 330,485 | 330,900 | 359,820 | 394,900 | 418,850 | 486,580 |
| ハンド客数 | 37 | 38 | 41 | 34 | 32 | 35 | 35 | 33 | 38 | 41 | 42 | 46 |
| フット売上額 | 0 | 30,600 | 14,800 | 46,500 | 38,100 | 57,360 | 77,280 | 71,180 | 54,300 | 48,200 | 41,400 | 38,700 |
| フット客数 | 0 | 4 | 2 | 6 | 4 | 8 | 10 | 8 | 9 | 6 | 6 | 6 |
| 店販売上 | 2,000 | 0 | 0 | 10,000 | 0 | 0 | 0 | 10,000 | 0 | 1,500 | 650 | 0 |
| 再来客数 | 34 | 37 | 41 | 37 | 35 | 35 | 38 | 33 | 41 | 41 | 41 | 46 |
| 新規客数 | 3 | 2 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 3 | 2 | 2 | 4 | 1 |
| 平均技術客単価 | 9,192 | 8,693 | 9,270 | 8,573 | 9,211 | 7,985 | 10,456 | 11,169 | 9,598 | 10,270 | 10,339 | 11,176 |
| 2016年 | 1月 | 2月 | 3月 | 4月 | 5月 | 6月 | 7月 | 8月 | 9月 | 10月 | 11月 | 12月 |
| 営業日数 | 25 | 24 | 23 | 26 | 25 | 26 | | | | | | |
| 総売上 | 532,260 | 436,100 | 500,990 | 574,520 | 543,600 | 637,460 | | | | | | |
| 総客数 | 50 | 42 | 47 | 56 | 49 | 53 | | | | | | |
| 技術売上 | 532,260 | 436,100 | 500,990 | 568,920 | 541,710 | 635,300 | | | | | | |
| 技術客数 | 50 | 42 | 47 | 56 | 49 | 53 | | | | | | |
| ハンド売上額 | 467,760 | 407,630 | 465,140 | 503,320 | 453,410 | 497,550 | | | | | | |
| ハンド客数 | 47 | 40 | 45 | 54 | 41 | 48 | | | | | | |
| フット売上額 | 64,500 | 29,000 | 35,850 | 65,600 | 88,300 | 138,800 | | | | | | |
| フット客数 | 7 | 4 | 4 | 8 | 8 | 14 | | | | | | |
| 店販売上 | 0 | 0 | 0 | 5,600 | 1,890 | 2,160 | | | | | | |
| 再来客数 | 47 | 41 | 46 | 51 | 47 | 52 | | | | | | |
| 新規客数 | 3 | 1 | 1 | 5 | 2 | 1 | | | | | | |
| 平均技術客単価 | 10,645 | 10,383 | 10,659 | 10,159 | 11,055 | 11,987 | | | | | | |

StyleProduce Communications

# コンサルメンバーさんの例　２

| 2015 | 1月 | 2月 | 3月 | 4月 | 5月 | 6月 | 7月 | 8月 | 9月 | 10月 | 11月 | 12月 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 営業日数 | 26 | 24 | 25 | 26 | 25 | 25 | 27 | 23 | 24 | 26 | 22 | 26 |
| 総売上 | 246940 | 331370 | 418660 | 441820 | 614817 | 586742 | 665619 | 711705 | 552242 | 671055 | 615991 | 823194 |
| 総客数 | 30 | 40 | 49 | 49 | 67 | 64 | 71 | 64 | 58 | 69 | 65 | 80 |
| 技術売上 | 241810 | 326780 | 418660 | 440740 | 605853 | 581234 | 664289 | 705887 | 549002 | 657081 | 602437 | 810147 |
| 技術客数 | 29 | 39 | 49 | 49 | 67 | 64 | 71 | 64 | 58 | 68 | 64 | 78 |
| ハンド売上額 | 217010 | 287480 | 378300 | 359200 | 455353 | 431280 | 477247 | 452974 | 403688 | 502960 | 474863 | 645173 |
| ハンド客数 | 27 | 37 | 46 | 44 | 55 | 50 | 62 | 52 | 48 | 59 | 55 | 60 |
| フット売上額 | 24800 | 39300 | 40360 | 80460 | 159464 | 149954 | 187042 | 252913 | 145314 | 154121 | 127574 | 164974 |
| フット客数 | 3 | 4 | 5 | 10 | 18 | 15 | 21 | 25 | 17 | 21 | 15 | 18 |
| 店販売上 | 5130 | 4590 | 0 | 2160 | 8964 | 5508 | 1330 | 5818 | 3240 | 13974 | 13554 | 13047 |
| | | | | | | | | | | | | |
| 再来客数 | 28 | 34 | 44 | 45 | 57 | 61 | 64 | 45 | 41 | 49 | 48 | 52 |
| 新規客数 | 2 | 7 | 5 | 5 | 11 | 4 | 8 | 3 | 3 | 5 | 5 | 4 |
| 平均技術客単価 | 8231.3333 | 8284.25 | 8544.0816 | 9016.7347 | 9176.3731 | 9167.8438 | 9374.9155 | 11120.391 | 9521.4138 | 9725.4348 | 9476.7846 | 10289.925 |

| 2016 年 | 1月 | 2月 | 3月 | 4月 | 5月 | 6月 | 7月 | 8月 | 9月 | 10月 | 11月 | 12月 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 営業日数 | 22 | 23 | 25 | 23 | 23 | 6 | | | | | | |
| 総売上 | 567877 | 575709 | 726702 | 734997 | 789299 | 936203 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 総客数 | 60 | 58 | 73 | 74 | 72 | 83 | | | | | | |
| 技術売上 | 563388 | 574542 | 717846 | 729597 | 787139 | 930221 | | | | | | |
| 技術客数 | 60 | 58 | 73 | 73 | 72 | 82 | | | | | | |
| ハンド売上額 | 472639 | 455713 | 552842 | 550457 | 533117 | 569473 | | | | | | |
| ハンド客数 | 57 | 49 | 61 | 64 | 63 | 64 | | | | | | |
| フット売上額 | 86260 | 118829 | 165004 | 179140 | 250836 | 360748 | | | | | | |
| フット客数 | 10 | 11 | 20 | 22 | 28 | 37 | | | | | | |
| 店販売上 | 4489 | 1167 | 8856 | 5400 | 3186 | 5982 | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | |
| 再来客数 | 47 | 50 | 53 | 53 | 52 | 53 | | | | | | |
| 新規客数 | 4 | 3 | 5 | 3 | 2 | 9 | | | | | | |
| 平均技術客単価 | 9464.6167 | 9926.0172 | 9954.8219 | 9932.3919 | 10962.486 | 11279.554 | | | | | | |

# 次回予約を頂く事は、サロンの生命線

サロン集客の優先順位は

１，　既存客のリピート

２，　新規客の集客

既存客のリピート「次回予約を頂くこと」は

**安定的な集客　＝　来月の売上が安定する**

# 次回予約が頂けない理由

次回予約を頂けない原因

## 1，伝えるのを忘れている

## 2，メリットを伝えない

## 3，断られるのが怖いので言わない

改善ポイント：マニュアルを作る

・マニュアルとは、施術の流れのこと

頂けない場合は、無理強いはしないようにしましょう。

新規のお客様には、強くお薦めしないようにします。

例えば

1，お客様をお迎えする
2，カルテを書いてもらう
3，カウンセリングをする・デザインを決める
4，料金と時間を伝える
5，施術する

6，アフターカウンセリング
・お手入れと施術後の注意点を伝える
・理想の来店時期の説明
・ケアグッズも紹介する
・お客様が一番感動している時
・次回予約のメリットと必要性を伝える

7，お会計をする

8，その間にアンケートを書いてもらう

9，次回予約を聞く（ツールが必要）
・出勤表
・カレンダー
・ポイントカード
・キャンセル、変更OK 電話

11，お見送りをする

# 次回予約が取れるネイリストさんと とれないネイリストさんの違い

次回予約が取れないネイリストさんの決定的な間違い

## 1，言わない

・忘れてしまう
・このお客さんにはいってもダメだろうと、勝手に決めつける
・断られるのが怖いので、最初から言わない

## 2，自分のために、次回予約を勧める

・自分の売上が欲しい、私利私欲のために次回予約をすすめる

# 次回予約が取れるために大切な事

１，次回予約の、お客様のメリットを決める。伝える。

２，次回予約のメリットと、頂くためのタイミング決める
　　全員のお客様に伝えるように、マニュアルを作る

# あなたのネイルサロンの流れを明確にする

お声掛けする言葉と何をするのかを明確にする

- 電話予約
- お出迎え
- ご来店
- カウンセリング
- 施術
- アフターカウンセリング
- お会計
- お見送り

ご来店　　新規：
○○様はじめまして！
本日は、○○へご来店頂きまして
ありがとうございます。本日担当させて頂きます。
ネイリストの門馬と申します。
今日はどうぞよろしくお願いいたします。

カルテを渡す：
では、最初にこちらのカルテに、
ご記入頂けますでしょうか？
設問もございますので、わかる範囲で結構ですので
出来るだけ詳しくご記入頂けますか。

ありがとうございます。では、早速施術の方へ
入らせて頂きますね。
本日のご希望ですが・・・

# 「次回予約」の流れと言葉を明確にする

電話予約

お出迎え

ご来店

カウンセリング

施術

アフターカウンセリング

次回予約を頂く

お会計

お見送り

アフターカウンセリング

爪は、約3週間で、5mmほど伸びてきますので、根元が気になってきます。

このキレイな状態を維持するために3週間ごとに、付け替えやリフィルなどで、ケアしてあげると、

常にこのようなキレイなお爪の状態を維持することが出来ます。

このような理由で、ネイルの理想的な周期は、3週間ごとのケアをおすすめしています。

いかがですか？このキレイな状態を、常に維持して頂くために、次回の御予約をされていきませんか？

いつもキレイな爪でいる事が出来ますので、オススメですよ。 ご都合のよろしいお日にちはいつ頃ですか？この辺りがおすすめですよ。

# リピートしたくなる仕組み作り

1，ネイリストさんの人柄
・お客様の話をよく聞く（７：３～８：２）
・アドバイス・提案より、聴きに徹する

2，割引以外の付加価値と真の価値の提供
・悩みを解消する
・お客様の希望を叶える

3，ポイントカードなど、継続するメリット、お得感

# 「次回予約」を頂くための最大のポイント

次回予約を頂くために重要な事

１，お客様のメリットを伝える　賞美期限を伝える

２，「次回予約を頂けるように」最初からそれを意識して、施術・接客に入る。

3，次回予約を話すときにタイミング　→　仕上がりの直後、アフターカウンセリング時、お会計の前

**「次回予約を頂く」という事は、結果論では無く、**

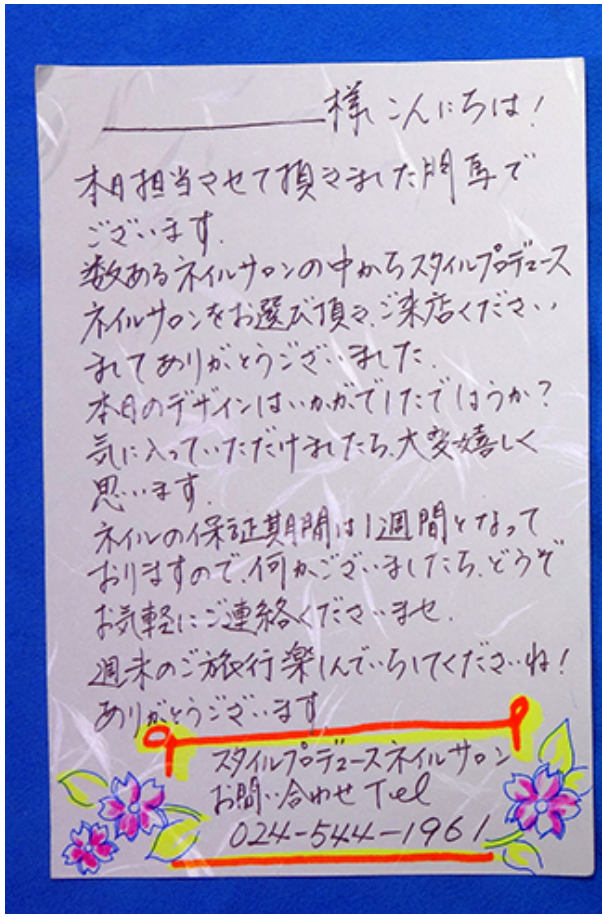
**最初から、次回予約を頂くために、**

**担当するという意識を持ってお客様に入る。予約の電話を受ける。**

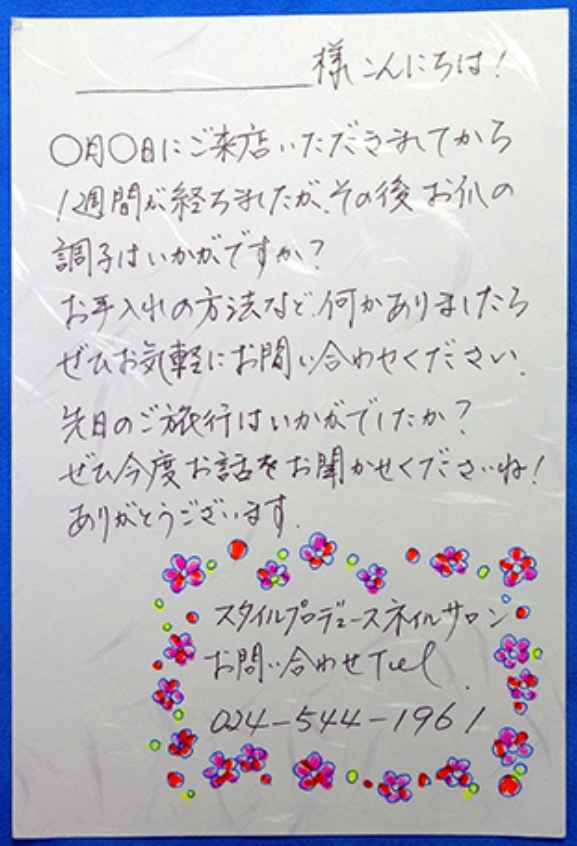
# 新規客のリピート率を上げる方法

## DMを「当日」「1週間後」「3週間後」3回送る

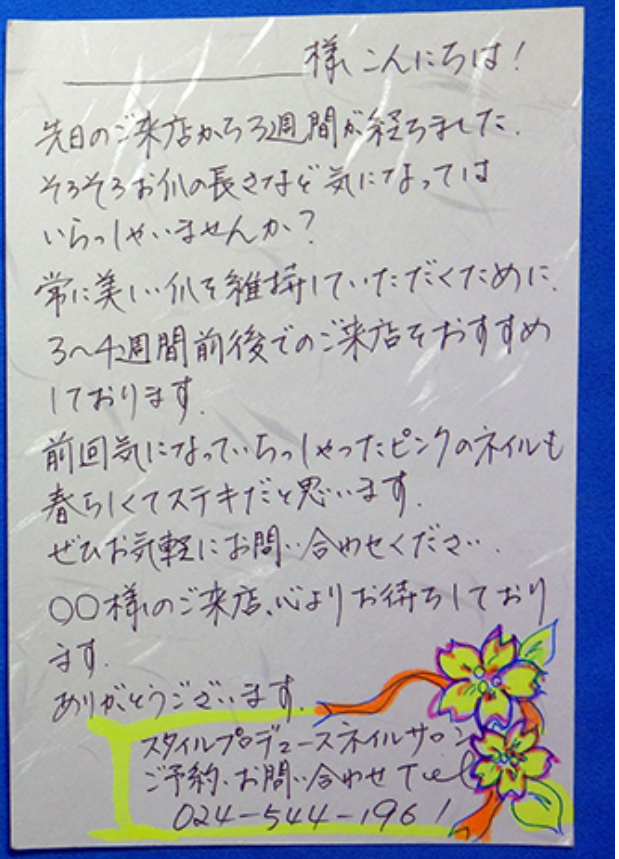
当日にお送りするDM




1週間後にお送りするDM




3週間後にお送りするDM



# お客様に紹介して頂く流れ

## 1，紹介カードを渡す。

・どんなお客様に渡して欲しいかはっきり伝える
・渡す人を明確にする（理想のお客様）
・悩みがある、希望がある、ほめてくださる方
・何が良いのかを具体的に口頭で、明確に伝える（紹介するポイント）
　「ネイルコンテスト世界大会で優勝した世界NO,1のネイリストさんなのよ！」

## 2，5枚渡す

・ご縁がありますように
・「こんな人に配ってね」渡して欲しい人を具体的に伝える

## 3，特典は、口頭で伝える

・割引特典は、はっきり書かない
・割引で呼ぶのではなく、「良さ」「魅力」「口コミ」で来て頂く

## 4，紹介をお願いする事を忘れない

**・施術マニュアルに、「紹介」を必ず入れ、お客様全員に紹介をお願いする**

# 集客できないネイリストさんのメンタルブロック

お客様が少ない、来てくれないと「集客で悩んでいるネイリストさん」は、
ある共通のメンタルブロックがあります。

「私は、プロのネイリストです」
「私のサロンに来てください。きれいにしますよ。」
名刺、ショップカードを渡す。

相手にこのように言えない。

「自信が無い」のでは無く、自分で、決めていないだけ。

解決策は、具体的に自分自身で、そう決めて、行動するだけ。
これだけで変わります。

# 新規客のリピート率を上げる方法

対策１：初回割引より、再来特典を高くする

対策2：DM、メールを送る　21日間で3回（ネイルサロンの場合）

1，当日にお礼のメール（お礼だけ）ありがとうございます。
2，1週間後に施術後伺いメール（保証）いかがですか？
3，3週間後に、お誘いのメール（来店を促す）お待ちしています

※１，２では、お誘いの言葉は絶対書かない！

対策3：メンバーズカードなどを充実させる。　習慣化・固定化

# ネイリストさんが身につけておきたい「セールステクニック」

アップセル：さらに高額なデザインを買って頂く。
客単価を上げること

クロスセル：関連商品や関連サービスを販売する。

ダウンセル：イベントなどが、無い時期には、
無理に高単価のデザインをすすめない。

# 閑散期に意識する事

閑散期には「ダウンセル」も意識する

ダウンセル：低価格、下級のサービス、商品をあえてオススメすること

閑散期は、ネイルの需要が下がるということは、イベントが少なくなる。

ネイルをしないという選択より、単価、デザインを下げても、ネイルをして頂く方法を選んで頂く。

売上「0」ではなく、単価を下げても売上を作るという意識。

- **ネイリストさんの技術の不安を自信に変える方法**
- **ネイリストとしてどうすれば、技術に自信を持てるのか？**
- **技術セミナー貧乏から脱却する方法**

自分自身の売り、強みを正しく理解する事が大切。

そのためには、お客様にあなたの良さを教えて頂くことが、一番確実で、一番正確です。

## お客様アンケートを実施しましょう。

新規のお客様には、全員初回に
常連のお客様には、期間を決めて実施

繁忙期がそのタイミング　つまり、7月、8月と12月

あなたのネイリストとしての良さは、お客様に教えて頂きましょう

**・ネイルサロンにおけるスタッフの効果的な育成方法**
**・よく働いてくれる良いネイリストさんの採用の仕方と育て方**
**・ネイリストさんのお給料の決め方　やる気を引き出す決め方**

スタッフさんを雇っているオーナーさん

・効果的な採用：理想的なスタッフのイメージを明確にして、
　それ以外の人材は、採用しない。

・やる気を引き出す給料システム：歩合制、一部歩合性、固定給、
日給月給

・休日、シフトをどのように決めるのかも重要な要素

StyleProduce Communications

# ネイリストがマスターしたい
# コミュニケーションスキル

コーチングスキルから、学ぶ。

コーチングとは、「目標達成のスキル」と「コミュニケーションスキル」

１，承認と感謝　「お客様を認める、感謝する」

２，傾聴　「お客様のお話を聴く」　８：２の法則

３，質問　「お客様が聴いて欲しいことを質問する」

４，伝達　「お客様が知りたいことを伝える」

# 【夏の売上アップ大作戦】
# 夏前のネイルサロン売上アップのための
# 「ペディキュアのデザインボード」
# 「予約を頂けるPOPの書き方」効果的な作り方

「誰に向けて、伝えたいのか？」

「フットをするとどうなるか」

「私のサロンでフットケアをすることでどうなるのか？」

フットメニューを勧めるうえで、

お客様はどんなことで悩んでいるのか？

どんな風になりたいのか？どんな風になれるのか？

# フットケアのPOPの書き方

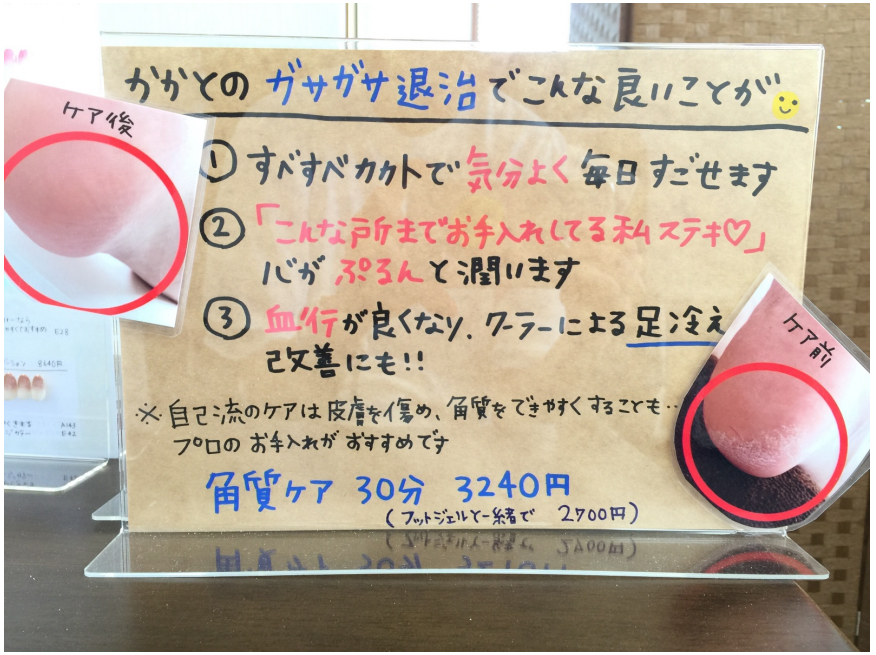
1，POPをかく
2，フットの必要性を伝える一直接「フットは興味ありませんか？」
　　足でお悩みの事はありませんか？
　　爪、角質など
3，フットの必要性を伝える
4，特徴を伝える
5，メリットを伝える
6，　ビフォアアフターを見せる
7，デザインを見せる
8，バリエーションを見せる
9，価格を見せる
１０，時間を見せる

角質ケアを伝える

どんな人が、どうなる
悩みが、どうなる
こんな事で、悩んでいませんか？困っていませんか？
フットのメニュー化
・季節ごとのメリット

フットのPOPを書いていますか？（ありますか？）

**書かない　→　知らない　→　売り上がらない**



# 繁盛ネイルサロンのお客様の人気の秘密とは

お客様の２つの悩みを理解して、解消してくれるサロン

## 顕在的な悩みと希望を叶える

・目に見えてわかっていること
・口に出して言えること

## 潜在的な悩みと希望を叶える

・自分では気付いていない、わからない悩みや希望
・自分ではわからないけど、自分以外の人はみんな知っている
・口に出して言えないこと

# 紹介の間違い、勘違い

多くのネイリストが間違っている「ご紹介」

× 「私のサロン」に「お友達」を連れてきて下さい

○ 「お友達」に「私のサロン」を教えてあげてください

× 「私の売上のためにお客」を

× 「あなたの割引のためにお友達」を

○ 「お友達のために」
「素敵になる」「きれいになる」「美しくなる」「楽しくなる」

# 新規客の効果的な宣伝広告のために

1，お客さまを明確に決める
（例）30代の仕事をしている既婚（独身）女性

2，何に悩んでいるのか、どんな希望があるのか？
それらを叶えることを明確にしてメッセージにする
（例）–5歳ネイルで、あなたを指先から変身！

3，どんな媒体を使って、伝えるのかを決める
・ブログ、チラシ、タウン誌、フリーペーパー、
クーポンサイト、紹介、
対象のお客様が一番見ていそうな媒体は何か？

# 最も避けたい集客方法とは

客数だけでなく、単価とのバランスが必要

## 「集客」＝「値引き」は危険

客数が増えて、単価が下がる
仕事量が増えて、売上が変わらない！！

### 集客＝売上（利益）を上げる

客数だけを増やしてしまうと、仕事量も増えてしまう

・時間が無くなる
・疲弊する
・クオリティの低下
・数をこなす仕事
・休みが減る

# 本日のまとめ

ネイルサロンの次回予約は

・最初から、次回予約を頂くつもりで、接客する。

・次回予約を取らなければならないという、強制的な思い込みは捨てる

ネイルサロンの集客の基本とは

・お客さまを明確に決める
・ネイルサロンがあることを伝える
・効果的な宣伝広告を決める

魔法のデザインチップボードなど、ツールを効果的に使う

# ネイルサロンの経営で大切な事

ネイルサロン経営の目的は、
客数を増やす事ではなく
**売上を上げて、利益を上げる事**

そのためには、
**「お客さまに喜んで頂けるサロンづくり」**を意識すること。

StyleProduce Communications

# もっと詳しく知りたい方は・・・
# 今回の内容をさらに詳しく説明したDVDはこちら

**【改訂版　ネイルサロンのリピート率を上げる】**

《こんな方にオススメ》
- 次回予約を頂いて安定したサロン経営をしたい方
- リピート率が上がらない方
- 既存客のリピート率を上げたい方
- 安定したサロン経営をしたい方

ネイルサロンで「次回予約」が簡単に取れるようになるセミナー
【改訂版　ネイルサロンのリピート率を上げる】
次回予約の効果的な取り方、再来率を上げる方法

価格：30,000円（税別、送料無料）→ **15000円**
お支払い方法：銀行振込、カード決済

https://spconsul.jp/dvd3-3

半額になるクーポンコード：　**YHKp5w2H**

**2018年8月30日まで　50%オフで購入出来ます。**

StyleProduce Communications

# ネイルサロン経営DVD　3巻

ネイルサロンネイルサロンの単価を上げて、売上を上げる
ネイルサロンの集客の仕組みを作る
ネイルサロンのリピート、紹介を増やす

人気のネイルサロン経営DVDはこちらで確認出来ます

https://spconsul.jp/rightboard2

半額になるクーポンコード：　**YHKp5w2H**

**2018年8月30日まで　50%オフで購入出来ます。**