

**美容室における売上に直結した企画～アクションリスト**

＜メイン＞		＜大項目＞		＜中項目＞		＜小項目＞		企画内容	行動実践内容
売上	客数	フリー新規集客	フリー新規集客 潜在客を増やし、来店につなげ、新客様の安定化を行う。	サロンの認知	店に知っていただくとイメージは分かっていて、一度行ってみないと思わせる認知作業を行う。	看板、ファサード、店舗デザイン、雑誌広告などの認知作業を年間計画して実行する。	「〇〇様のご希望日は詰まっておりますが、～～日に空いていますのでいかがですか？」	「〇〇様のご希望日は詰まっておりますが、～～日に空いていますのでいかがですか？」	
				電話対応の改善	電話対応は親切に、丁寧に、予約が一杯の時でも諦めない工夫を考える。				
				積極的なフリー客集客	サロンが伸びている時は、ポスティングやDM書きなど、攻めの集客を行う。				
				新規様の次回来店確実化	初来店時は特に気を遣い、特別メニューなどで2回目の来店に向けて全力でフォローする。				
		新規様の定着	21日継続作業などの効果的集客パターンを押し出し、それを実践する。						
		効果的集客手法の絞込み	新規来店理由を調査し、データ取りする。						
		パーソナルブランディング	自分の特性を良く知り、それを強調して他のメンバーとの差別化を図った個性(キャラクター)を作り上げる。						
		パーソナルブランディング	顧客様に紹介依頼	顧客様に紹介依頼を行う。仕上げをスタイリストが完成した瞬間が効果的である。					
		紹介依頼	紹介の系統図を作成し、さらなる拡大を狙う。会費などにも活かす。						
		紹介MAPの作成	健康・美容・ファッション流行などについて、個人的な情報を作り、発信する。						
	個人的ツール作成	紹介のお礼	紹介して頂いた顧客様には、何らかの特典を本人のみが分かるように差し上げる。						
	紹介MAPの作成	OFFキャンペーン	リピーターを増やして、集客力のある強化メニューのプライスOFFキャンペーンを展開する。						
	個人的ツール作成	サロン内イベント	スタイルアドバイザーと店内にヘアショーなどを企画する。						
	紹介MAPの作成	サロン外イベント	ホテルでのメゾパーティ、周年記念パーティ、ヘアショーなどへの招待を行う。						
	個人的ツール作成	チャリティイベント	チャリティカット、ボランティアカットなどで地域に貢献し、サロンの認知を高める。						
	紹介MAPの作成	新メニュー発表キャンペーン	新しいメニューを発表する場合はお客様にまずお知らせする。何かあればいつもお客様を驚かす。						
	個人的ツール作成	カウンセリングの納得性・満足感	顧客様に対しては、前回の継続性を大切に、やりこめた部分などをお話しし、それに十分対応する。						
	紹介MAPの作成	仕上がりの納得性・満足度	プロセスになって頂くための技術面より、アクション(髪型)や、トーク、パーソナルブランディングを強く。						
	個人的ツール作成	ファン作り	細かい声掛け、会費など、スタッフ全員で温かく迎えていけるよう動きを見せる。						
	紹介MAPの作成	滞在中の雰囲気	スタッフ間でお客様の情報を共有し、当日発生した内容で他のスタッフが同じチームで振る舞うようにする。						
個人的ツール作成	ミニミーグ(神秘性)の発揮	スタッフ全体の平均来店サイクル、およびスタイリスト個別の平均来店サイクルを知るから始める。							
紹介MAPの作成	スタッフの来店サイクル認知	毎日のヘアスタイルの発表期間と、その前に来店されれば綺麗な状態が維持できることを伝える。							
個人的ツール作成	賞状期間の告知	次回予約日の確保	次回予約日を確実に決める。セット面でスタイリスト本人が信頼する方が確保率は高い。						
紹介MAPの作成	次回イベント等の告知	次回予約日の前にならなければならぬからなんらかのアクションを起こして、来店をお誘いする。							
個人的ツール作成	事前案内実行	技術タイムの標準化	メニュー単位の施術時間を定める。(複数人数での場合も含む)。品質も安定する。						
紹介MAPの作成	技術タイム短縮	技術スピードアップ	日常のレッスンに於いて、スピードを伴った訓練を行う。その方が成長も早い。						
個人的ツール作成	目標時間の設定	ユニットチームの最大力を発揮できるように取り掛かる。							
紹介MAPの作成	チーム力の発揮	全員参加での施術	サロンオーナーが賞状し、チーム長が賞状を交えて全員参加サロンを実現する。						
個人的ツール作成	メニュー幅	従来メニューの改良	これからは新しいメニューを前面に出し、リニューアルする。全体のバランスも考える。						
紹介MAPの作成	メニュー幅	メーカー前商品の研究利用	常にメーカーの動向をうかがい、情報を入手し、これからの展開を調査しておく。いいものがあれば購入を決め。						
個人的ツール作成	メニュー幅	新しい軽メニューの開発	重量調整、予防費もなど、当店で今までに無かったような軽めのメニューを導入する。						
紹介MAPの作成	メニュー幅	メニュー名の工夫	魅力的なメニュー名でお客様を引き付けさせる。						
個人的ツール作成	メニュー幅	流行発信のメニュー考案	自店の強味、こだわり、最先端メニューを開発し、地域をリードする。						
紹介MAPの作成	メニュー幅	コンセプトマッチング	サロンのコンセプトにマッチしたメニュー構成とする。						
個人的ツール作成	メニュー幅	表示形式決定	シャンプーやブロー、トリートメントなど込みなのかそうでないかを決定する。						
紹介MAPの作成	メニュー幅	メニュー方式決定	ブックメニューにするかセットメニューにするかを考える。						
個人的ツール作成	メニュー幅	新機への工夫	新機が導入しやすい価格帯で設定する。						
紹介MAPの作成	メニュー幅	メニュー幅	新メニューを登場させて、古いメニューを取り下げていく。						
個人的ツール作成	メニュー幅	メニュー幅	顧客にお客様とメニューの相性を良く研究しておき、提案型のカウンセリングを行う。						
紹介MAPの作成	メニュー幅	メニュー幅	プラスオーダーを勧めるときは、常にスタイリストが主導権を握って、ヘアマネジメントを行う。						
個人的ツール作成	メニュー幅	メニュー幅	組み合わせメニュー開発	クリニク○○コースのように、新しいコースメニューを考案することで、単価アップに繋げる。					
紹介MAPの作成	メニュー幅	メニュー幅	回転率向上	技術スピードを向上させないで、後が詰まってしまうプラスオーダーできないので、スピードアップは必須。					
個人的ツール作成	メニュー幅	メニュー幅	スタッフの連携プレイ	スタッフの連携をスムーズに流れることにより、時間に余裕が出来るので単価アップできる。					
紹介MAPの作成	メニュー幅	メニュー幅	トライアル提案	今までされてないメニューに挑戦して頂くためにトライアルサービスをお薦めする。					
個人的ツール作成	メニュー幅	メニュー幅	OFFキャンペーンでの購入増	今まで購入されていなかったお客様に誘導して行く。美容にも繋がります。					
紹介MAPの作成	メニュー幅	メニュー幅	OFFキャンペーンでの新規開拓	年に2回程度、思い切ったOFFキャンペーンをすることで、新規様に使っていただきリピーター作りを行う。					
個人的ツール作成	メニュー幅	メニュー幅	予約キャンペーンでのまとめ買い	2～3ヶ月前から予約を受け、購入に応じて技術OFFサービスを提供する。商品を引き取りに来られる最終月は美容になる。					
紹介MAPの作成	メニュー幅	メニュー幅	体験クーポン	スタッフの使用頻度が特に効果的なので、使ってもらえるように伝える。					
個人的ツール作成	メニュー幅	メニュー幅	専門知識による優位性の説明	他のメーカーの類似製品を調べ比較して一瞥ししておく、それを見せつけて説明する。					
紹介MAPの作成	メニュー幅	メニュー幅	仕入価格の低減	プライベートブランド(PB)による自社商品の開発を行い、仕入価格を下げる。					

