

「お客様が感動するファン作りのコツ」

(株)ラッセル 大野勝次 先生

(プロフィール)

ジャック・デ・サンジュ吉祥寺店店長として勤務。
1995～2002年セバスチャンインターナショナルメンバーとして各国の代表とLA・NYにてニューモード制作、エデュケーションプログラム、商品開発などを手掛ける。
20年間で2000回を超えるセミナーを担当。

1. コンビニの品揃え

- ・私のサロンは、東京武蔵野市の吉祥寺にある。
- ・5日市街道に沿ってコンビニが15～20軒あり、その中でもセブンイレブンは7件ある。
- ・近辺500m圏内で100件、2km圏内なら350件のサロンがひしめき合っている。
- ・同じセブンイレブンでも品揃えが違う。
- ・4年生大学前は弁当のボリュームが大きく、女子大前はプチ弁当が置いてあり、考えられている。
- ・自分は「職人かたぎ」というふんわりせんべいが好きなので、自分の店に近いセブンイレブンで買う。
- ・品揃えとして、回転率、人気のある商品は置く。
- ・コンビニも朝晩で挨拶が違う。
- ・こういった差別化内容はヒントになる。



2. 美容室・美容師として重要なこと

- ・美容室で一番大事なことは「人」
- ・「人気が出るようにするには！」ということを教育してきた。
- ・「出会い」「変化」「素直」がこのウッディチキンの中にはある。
- ・スタイリストの最低限のゴールは「再来して頂いた時」である。
- ・人間には、7年のサイクルがある。それを意識して、ロイヤルカスタマーにしていく。
- ・ある美容師の人が、「自分は、ビラを配って返って来られたらゴールと思っていたが、大野さんの話を聞いて意識が変わり、リピートが定着してきた」という報告を受けて嬉しかった。
- ・日々の生活の中で、何も手入れしなくてもきれいな髪の人を作り上げるのが私の課題と思っている。
- ・通過のタイミング
 - ・お客様が通過される各部署の割合は以下の通りである。
 - ・受付100%～待合100%～シャンプー100%～カット80～90%～パーマ20%～カラー40%～スタイリング100%～会計100%～お見送り100%
- ・新規の方が定着・リピートしないと客数は増えない。
- ・お客様が体験された中で、今までより凄いとかわれたら定着・リピートされる。
- ・上記各100%のところ、100点でないといけない。
- ・待合は、待った気にならないよう、置いておくものが重要。
 - ①誕生日事典 ②誕生日相性事典 ③誕生日未来事典
 - ・これは誰もが興味のある本であり、時間を忘れて読まれる。
 - ・誰もが興味のある高価な本が良い。

- ・カウンセリングが終わった時点で、料金を伝える。
- ・施術は、カウンセリングで決めたことを守り、違うことをしないこと。
- ・ハイパフォーマンスの技術、知恵を頂くために積極的に対話をすべき。
- ・まず同じように真似してみて、そして自分のオリジナルを作っていく。
- ・新規様のカウンセリングは15～20分かけてする。
- ・月間350人以上はさせて頂く。指名は平均300名程度。
- ・月間10名の紹介はある。

①メンタルカウンセリング「お客様の第一声に注目」

- ・お客様にあたる一言目の言葉をスタッフ全員で揃えている。・・・「本日のご希望はございますか?」
- ・伸ばしていると言われたら、それをカルテに記入する。
- ・迷っていると言われたら、今回は揃えるだけにする。
- ・帰って切りたくなったら再来して下さいと言う。
- ・写真を持ってこられたら、すぐに写真を見せて頂く。
- ・必ず「良いスタイルをお持ちになりましたね!」と言う。
- ・「格好良いジャケットを着ているね!」と言うだけでは駄目。「似合っているね!」ということが必要。
- ・選んだ本人を誉めること。
- ・80%はお客様の言われることを「聴く」こと。「聞く」では駄目。
- ・聴いている最中は、髪を触らないこと。集中して聞くこと。

②TPOカウンセリング「お客様のメインステージは?」

- ・「どういう仕事をされているのですか?」とお客様のメインステージを聞く。
- ・サービス業と言われたら、どんな職種かも聞く。
- ・伊勢丹のアパレルの店長の例
 - ・職業柄、バイオレットブラウンカラーを入れたら周りから注目を浴びた。
- ・スチュワーデススペシャル
 - ・搭乗中は会社の規定でまとめ髪にして色味も規定が決まっているが、地上ではフリーにしたいということ要望に応じて、表面と中の色を変えた。
 - ・髪を解いてバサッとしたら中面の色が浮き出るようにしたら、仲間の方が3名来られた。

③テクニカルカウンセリング「お客様の欠点を否定する」「お客様のホームスタイリングを知る」

「お客様の欠点を否定する」

- ・自分のお客様の内、70%はクセ毛の方である。
- ・クセ毛が嫌と言うお客様には「ストレートをしましょう」と言うのではなく、「良いクセ毛ですね」と言う。
- ・毛量が多い・少ないは関係が無い。
- ・カットは切るのではなく、どれだけ残すかである。
- ・言った限り、これをどう生かすかは美容師の研究・勉強である。
- ・「出来ません」と言った時点で終わってしまう。
- ・「絶壁で!」と言われた方には鏡を見せ、耳後ろとすそを締めることで問題が無いことをスタイリング剤を使って見せてあげる。
- ・自信がない時は、「本日は80%の仕上がりで、、、」と言って、次につなげる。

「お客様のホームスタイリングを知る」

- ・自分の中で、お客様がされるホームスタイリングを20パターンくらい持っておく。
- ・朝の感じを再現してスタイリングする。
- ・ドライヤーを使わない人には、ドライヤーなしで仕上げる。
- ・タッチアップ(メイク直し)はスタッフ全員ができるようになっている。

④パーソナルカウンセリング「お客様の良いところを見つけて提案する」

- ・持ってこられた写真とお客様の違いを言って、スタイルチェンジを提案する。
- ・殺し文句「今日仕上がったら、この写真より良くなりますが、よろしいでしょうか?」
- ・お客様心理として、ないものねだりをするものである。
- ・お客様のパーソナリティにマッチした提案が重要である。



3. 4つの満足と5つの鏡

- 1番目の鏡と1つ目の満足…鏡面の前でコンサルテーション後、お客様が「お任せするわ」と鏡の中で納得する。
- 2番目の鏡…カットの最中、なぜこのようなカットをするのかを説明。カット終了後、何もしなくても形になり、お客様に「このままでもいいじゃない」と思わせる。ここでは満足というより期待感を持たせる。
- 3番目の鏡と2つ目の満足…スタイリング時。はじめのコンサルテーションで「言った通り」と思わせる。
- 4番目の鏡と3つ目の満足…ホームスタイリング時。お客様が家に帰ったあと、自宅で再現できたことを実感する。
- 5番目の鏡(みんなの鏡になる)と4つ目の満足…同僚、友人、家族から「どこでカットしたの?」「紹介して」と言われる。みんなにうらやましがられる存在になる。

- ・家族の方に誉められたらそのスタイルはOK。
- ・7年の法則・・・人間は7年周期で変わる。
 - ・七五三、中学卒業、成人、結婚・・・
 - ・ライフプランナーとして、生涯顧客を作っていく。
- ・アシスタントの時から「今日のご希望はありますか?」を聞かせ、書かせる
- ・17年前に考えた全員眉カット、メイク直しの仕事は、今は全員出来る様になっている。
- ・入社一番に眉カット、メイク（リップ、グロス付け）をさせる。
- ・1日10名を続ければ上手くなる。
- ・今年から、メイク専門のスタッフを入れている。
- ・ハンドマッサージは無料でやっている。
- ・新規の方には特に力を入れて行う。
- ・言われたことは出来るが、任せると言われた時の提案が出来ない。
- ・ファミレスと同じでは駄目。
- ・ブローニュの森のレストランでのオーナーの体験話
 - ・お腹が痛いので食べられなかったら、シェフが来て野菜スープを作って出してくれた。
 - ・こういうサービスをしていかないといけない。

以 上