

ネクスト その次
サロン会員専門誌 — NEXTはスタイリストのNEXTを応援します!

2014年8月1日発行 2014年7月1日発売 (毎月1回1日発行)

NEXT LEADER

8

ネクストリーダー August. 2014 Vol.56

第 1 特 集

VIP客比率を 5%高める方法



第2特集

伸び悩みスタイリスト
レスキュー

119番



第1回 CIS AWARD
スタイリスト歴1~3年目部門グランプリ
芦田亨介(24)

chou-chou / Happinessグループ

(奈良県橿原市)

Salon Profile

会社名:株式会社ハピネス
代表者:谷口誠治(取材店舗は坪倉紀彦)
グループ:2002年(取材店舗は2014年)
店舗数:12店舗(取材店舗のFC含む)
スタッフ数:165名
本社所在地:奈良県奈良市二条町 2-58-1
本社電話:0742-30-6488
取材店舗所在地:奈良県橿原市新賀町 237-1
HP: http://www.hairmake-chou-chou.com

美容師施術OK 見学OK

ス タイリストデビュー半年で月間指名売上90万円! 現在、35歳以上の顧客は3割強という芦田亨介さんだが、アシスタント時代は大人客が苦手だった。「あなたは、シャンプーしないで」当時、勤務していた店舗でお客様から突き放された。悔しさのあまり、Happiness全店舗でシャンプー臨店を行った。先輩からは「お前の大人客への接客では『いい人どまり』と論じられたことも。」

そんな現実を受け、芦田さんはID美容(Important Data)を試みる。顧客データを1~10までチェックし分析を重ねたのだ。たとえば朝一番にカルテチェック、営業終了後に翌日来店客のカルテ分析など。Happiness教育責任者の宮嶋弘泰さんが、芦田流を明かす。「お客さまから質問を引き出す術を心得てから強くなった。『人に尽くす』気持ちだが、大人客に伝わっている。裏づけがある。同サロンでは図のようなトータルビューティ提案を目指し、大人女性の美の継続をお手伝いする意識を叩きこむ。加えてデビュー前には、教育サロンで月間150人前後を施術し、スピードも磨く。組織の仕組みと個人の仕掛けが、右ページの覆面調査員レポートに結びついた。



写真右/chou-chouではビューティ・コーディネーター(レセプションの進化系)を導入。大人客の満足度アップに同職が果たす役割は大きいと感じ、芦田さんは日ごろからコミュニケーションに努める。左/chou-chouの坪倉紀彦オーナー

大人客が放つシグナルを見逃すな

スタイリストさんは、2つのドライヤーを使ってスタイリングされていました。

その際も、ドライヤー位置や距離について丁寧に説明してくださいました。

「くるくるドライヤーを使った場合は？」

と聞くと、さらに丁寧に身振り手振りをつけて説明してくださいました。

コツがよくわかったので、自分でもできると感じました。



大人客をVIP化する同心円モデル

これは、Happinessのスタッフ教育観を表した図。向かう方向はホリスティックビューティ(包括的な美)であり、そのためにも月2回、全店で同じ日に失客分析を行うなど大人客の囲い込みを図っている。

MDY=大人客をVIP客に変える快感フレーズ

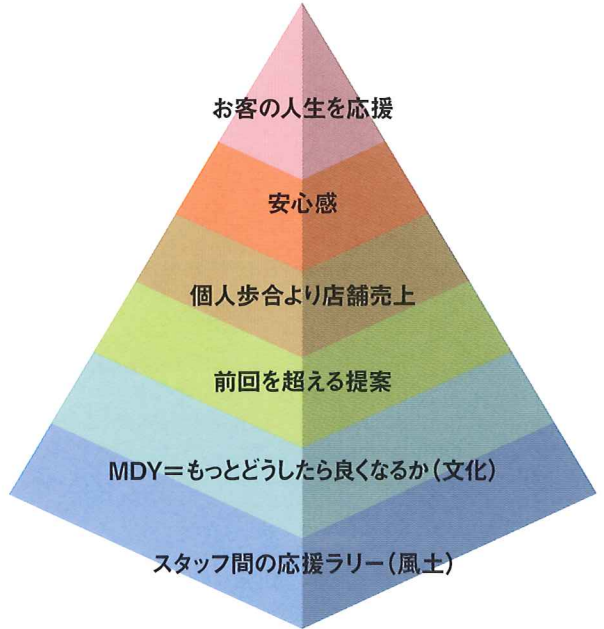


写真上/忙しい日常を過ごす大人客に対応しようと、店内コンテストはスピード重視で早く仕上げた人ほど点数が高くなる。右/「何を売るかより、どんな店か」を重視したいと語る速水隆之・執行役員マネジャー。左/人が辞めないサロンづくりを追求する塚本充裕代表は、今年6月に代表取締役就任



第1回 CISA AWARD
スタイリスト歴4~10年目部門グランプリ
山内真紀子

VISION = ハッピーヘアライフ
(ビューティの上位概念をお届けしよう)



大人客をVIP化する積み上げ型モデル

「ヘアスタイルをつくることは、お客さまの人生を応援すること」。この意識を社名にも反映し、老舗サロンらしく地域に根ざしたマネジメントを刻んできた。土台が揺らがないから、大人客ほど安心して通い続けられる。

「それ、MDYしてないんちゃう? 違うやろ」
 今日もCharm/MARCHの各店では、こんなフレーズが飛び交う。MDYとは「もっとどうしたら良くなるか」の略称。施術はもちろん「どうしたら休日や給与を増やせるか」など、労務でも前回超えをサロンの指標としている。
 CISA AWARDスタイリスト歴4~10年目部門でグランプリに輝いた山内真紀子さんは、そんな経営哲学を体現する1人だ。右ページの覆面調査員レポートのとおり、提案力に長けている。
 創業45年を数える老舗サロンは、

馴染み客に支えられて成長してきた。それは、長年の信頼関係に甘んじることなくMDYを貫いてきた結果である。
 そうなるためのビジネスモデルは、「応援ラリー」と呼ぶスタッフ同士が協力しあう風土がベースにある(左図参照)。スタッフに歩合給はなく、店舗売上が給与査定の対象とのこと。ハイパーフォーマーをつくるより、若いスタッフを応援して店舗の士気を高めたほうが良いと考えているからだ。
 個人戦より団体戦。大人客を包み込む安心感の象徴が、山内さんだったのだろう。

Charm/MARCH

(大阪府大阪市)
 Salon Profile
 会社名: 株式会社ハッピーヘアライフホールディングス
 代表: 塚本充裕
 オープン: 1969年
 店舗数: 7店舗
 スタッフ数: 65名
 本社所在地: 大阪府大阪市阿倍野区天王寺北 1-1-3
 本社電話: 06-6710-0551
 H P: <http://www.charm-web.com>



会話中にわたしが心配性だと気づかれたのか、髪を少しずつ切っていく、希望を聞きながら進めてくれました。「すそのラインは、まっすぐがいいですか? V字のほうがイメージに近い軽い感じになりますよ」と、カウンセリング時に伝えた希望をさらに上回る提案をしてくれました。

