

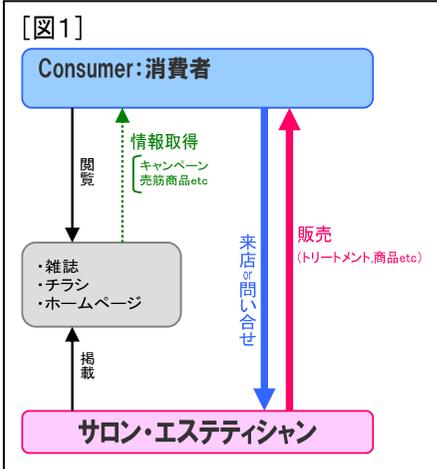
## Beauty Monthly Topics



近年、消費者の消費行動の低迷が著しい日本・・・あの未曾有の被害をもたらした東日本大震災以降さらに拍車がかかり、様々な業界に大きなダメージを与えています。エステ業界においては、自粛傾向が強まるなど景気以外の要因が影響し、顧客の来店頻度が減少するなど、経営難に悩むサロンが増加しているのが現状です。震災直後は、積極的な営業を控えていたサロン様も多く在ると思います。1年が経ったいま、“積極的な営業へのソフトチェンジ”が必要ではないでしょうか！？

### 新規顧客をGET!!! サロンを効率よくアピールするには？

サロン運営において既存顧客の来店頻度を上げる事も重要ですが、新規顧客の獲得はサロンのベースアップのためにも不可欠です。では、サロンと新しいお客様を結びつけているものとは？関係モデル[図1]で表すように雑誌やホームページ、チラシが主流となっています。



しかし、媒体となる雑誌にしてもその種類は非常に多く思ったようにサロンのアピールができていないと感じられている方も多いのではないのでしょうか？ホームページをとっても、美容に興味を持った方をあなたのサイトに辿り着かせるためには様々な工夫が必要となります。もちろん、有名雑誌への掲載、美容総合サイトにバナー広告を載せるなど、上手にサロンアピールを行い集客力をアップさせているサロンも在ります。しかし、これらには多くのコストもかかりなかなか踏み切れない方も多いのではないのでしょうか？

※1ソーシャルネットワーキングサービス(SNS)：人と人とのつながりを促進するコミュニティ型Webサイトの総称。友達間での交流を円滑に進めるための手段や場を提供したり、新たな友好関係の構築の場として注目を浴びている。

そこで、今注目されているのが、**ツイッターやフェイスブック**といった※1**ソーシャルネットワーキングサービス(SNS)**を利用した営業活動です。雑誌やホームページを利用してお客様が閲覧し問合せ・来店されるのを待つのではなく、ネット環境を駆使し効率よくサロンアピールしていく方法が話題となっています。

### ツイッター、フェイスブックって何？

どちらも、※1にあるように人と人とのつながりを促進するためのコミュニティ型Webサイトのひとつ**ツイッター**が「今、何してる？」といった現在の状況を140文字といった限られた文字数の中で知らせ合うのに対し、**フェイスブック**は現在の状況とともに、もう少し突っ込んだ話題、趣味や実益に結びつく話題やニュースなどを文字や写真を通して共有し合うツールとなっています。また、ツイッターが本名でも仮名でも登録ができるのに対し、フェイスブックでは実名登録が原則となっているところも大きな違いです。最近では、ローソンや無印良品など有名企業がこのサービスを利用し情報発信、情報収集、コミュニケーション手段として活用しており、ビジネスツールとしても注目を浴びています。



### ツイッターやフェイスブックを使っでの営業活動はどうするの？

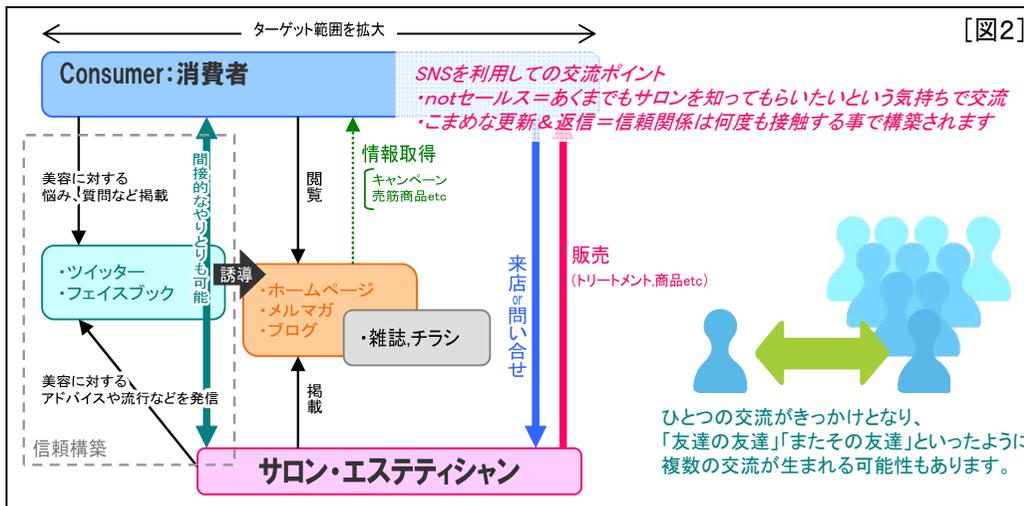
Webを使っでの営業活動というとネット通販などをイメージする方も多いのではないのでしょうか？

「ある営業マンがツイッターを利用し新商品の告知をひたすら行ったところ、結果は失敗!!!」

まず第一に、ツイッターやフェイスブックを閲覧しているユーザーは、モノが欲しくて登録しているのではなく、友達が欲しい、おしゃべりがしたい、有益な情報が欲しいなどといった目的で参加しています。

では、何をやるのか???

SNSを活用し交流を深め、サロンのホームページやメルマガ、ブログなどに誘導する事が新しい営業活動の目的となります。そのイメージモデルが[図2]となります。従来のモデルより顧客ターゲットの範囲を拡げる事ができ、さらに顧客ターゲットへ自らアプローチする事もできるようになります。



### SNS営業の利点と注意点

これまでの説明で、SNS(ツイッターやフェイスブック)を利用する事で、より多くの人とサロンをつなげるきっかけが生まれる可能性があることは分かって頂けたでしょうか・・・また、SNSを利用し既存顧客へキャンペーン情報を同時に送るといったこともできるので、DMやチラシ作成の経費削減といった事も期待できます。一方、SNS上での不用意な発言などが世間を騒がせる事も少なくありません。誰もが見れるという事は、書き込み内容には十分な注意が必要となることは言うまでもなく、ひとつ間違えば、自らの書き込みのせいで、サロンの評判を下げてしまう可能性もあります。

今回、取り上げた“SNSを利用したの営業活動”はまだまだ発展途上の段階です。しかし、情報ネット社会の現代において、いかに情報を収集・発信するかは最優先な課題であり、また、厳しい時代だからこそ積極的なアプローチが必要ではないのでしょうか？

サロンとお客様との“きっかけ”づくりに活用してみたいはいかがですか？