

## Beauty Monthly Topics

サロン安定経営のために

### 新規集客 & 固定客づくりの施策を見直そう

◆新規客が来ない！なぜあなたのサロンは選ばれないのか？

新規集客には、商品力も価格も関係ない！  
サロンの持つ最高の“強み”を強調し告知することが大切

サロンの強みって？  
どう告知すれば？  
サンクと一緒に考えます  
お気軽にご連絡を...

お客様がサロンに通うことでどうなるのか？  
具体的なイメージを与えることがポイント

言い換えるならば、サロンがターゲットとする**お客様層に響く強み**を持つということ

新規がなかなか来ないとお困りでしたら...

まずは、サロンの強みが何なのか？

そして、その強みが外部に向けてしっかりと発信できているのか？

見直してみてください。

【スタッフ紹介掲載内容例】

- ①プロフィール
- ②経験談(自分自身の悩みなど)
- ③エステティシャンとしての思いなど

商品ではなく、“人”を売るという考え方

お客様はサロンに  
どんなスタッフが働いているのか？  
とても気になっています。

そこで働くスタッフのプロフィールや経験などを、  
お客様に積極的に発信していきましょう。

自らの素肌をさらけ出し、そして触られる。  
だからこそ、自らの肌や身体を委ねるエステティシャンがどうい  
う人物なのか？お客様がサロンを選ぶ重要な要素です。

働いている人が  
どんな人か分ると  
なんとなく安心しますよね。

まずは、上記2つのポイントを踏まえ、  
チラシや店頭販促・ホームページが作成されているか見直してみてください。  
※今の時代、ホームページをはじめとしたネット媒体はとても重要です。

その他の集客方法：お客様に口コミにて紹介してもらうには？

お客様を“えこひいき”して下さい。  
自分が特別扱われていると実感されているお客様ほど、お友達などご紹介頂ける傾向にあります。  
※“えこひいき”については、次号既存のお客様へのアプローチ方法にてご紹介します。

◆お客様がなかなか固定化されない...

せっかく新しいお客様がサロンに来られたのに2度目がない...  
数回通われたのに、翌年には来なくなった...  
お客様がなかなか定着せずにお困りではありませんか？

！とある調べによると...  
年間5回以上通われる  
お客様の約8割が翌年も  
来店されている。

新規から固定客へ、施策と提案力で年間5回以上の来店を目指す

●新規のお客様には、サロンを覚えて頂くために...**3つのダイレクトメール**で来店促進

来店から3日後に届ける...  
①「サンキューメール」

- ・感謝の気持ちを伝える
- ・サロンのこだわりやうんちく、思いを伝える

↓サンキューメールで来店されない場合は、

来店から3週間後に届ける...

②「ライクメール」

- ・お客様の声を活用する
- ・過去の受賞歴や取得しているディプロマなど  
他社からの評価を伝える

↓ライクメールでも来店されない場合は、

来店から3ヶ月後に届ける...

③「ラブメール」

- ここで初めて割引を使う
- ※〇〇%引きと掲載するよりも〇〇〇〇円と  
金額で表記した方が反応が良い。

◆ここまでして来店がない場合は、一旦あきらめて送るのを止める

●ビューティーメンテナンスプログラムを活用した来店促進

【ビューティーメンテナンスプログラム】とは？

お客様の目標とする肌やシルエットに導くためのステップを  
サロンケアおよびホームケアを合わせたプログラムとして提案するシステム  
※新規のお客様であれば、固定客になり易い5回のコースプログラムを提案するとよい

詳しくは、担当営業まで  
お問い合わせください。

スタッフの  
提案力が求められます  
(クロージングカ)

クロージングカを身に付けよう♪  
2015年4月22日(水) 13時～[クロージングセミナー] in東京  
参加者募集中！お申し込みは03-3332-1990サンクまで

既存の固定客のケアも忘れずに！

次号では、既存のお客様に対するアプローチ方法。  
ならびに、『2015おすすめ季節メニューカレンダー』を掲載します。  
サロンのキャンペーン企画にお役立て下さい。  
(掲載内容は変更になる場合もございますので、予めご了承くださいませ。)