

目からウロコのダントツ企業情報ソース

《2005.06.27》

# TOP1% SPECIAL



世界最先端のマーケティング手法を使って、90日で業績アップを目指す実践経営者のための、現場で即活用できる情報を手に入れることができます。



<http://www.top1special.com/>

## エステティックサロンは広告をやめてください。

サロンアシスト  
美容サービス業コンサルタント 石山 薫

はじめまして、サロンアシストの石山です。

私はエステティックサロンや美容院を営まれている方々にむけて業績アップのためのアドバイスをしています。

一応、私の専門はマーケティングです。

なのにコンサルティング依頼を頂いた約8割のクライアント様への最初のアドバイスは、このような内容なのです。

私 「御社は広告をやめてください。ニュースレターも発行しなくて結構です。」

経営者 「ブッヘー（飲んでいたお茶吹く）□※▲#？」

私 「新規客を開拓するための広告づくり、ニュースレターはエステティックサロンに関してほとんどいりません。」

経営者 「えっ〜と、おっしゃってる意味がよく・・・わからないんですが・・・」

「石山さんは、マーケティングのコンサルタントでしたよね。確か・・・？」

私 「は〜い、そうですよ」（きっぱり）

このTOP1 ニュースレターは、様々な業種の方々がお読みになっていらっしゃると思います。

「自分はエステティックサロンじゃないし・・・」と飛ばし読みをしてしまう前に、ちょっとだけ考えて頂きたいのです。

「ひょっとして、自分の会社でも同じ間違いをしてはいないだろうか？」と。

例えばですが、A社とB社という2つのお店があったとします。

どちらの広告も良く出来ていて、ニュースレターのクオリティも高い。商品構成も全く同じで、店の立地や外装、内装、インテリアまで同レベルの内容。

しかし、フタを開けてみるとA社は圧倒的に儲けていて、B社は資金繰りに追われている。

たくさんの時間と費用をかけて、マーケティングを仕掛ければ仕掛けるほど赤字になってしまうなんて悪夢です。

その違いは、何???

ある非常に重要な「キモ」をはずしてしまうと、アッという間に黒字が赤字になってしまう。まるでオセロゲームのようだと思ふときがあります。

オセロゲームは、盤のはじっこ4すみが取れると劣勢だった状況から、一気に大逆転。優勢にたつことができます。



へへん！余裕ね、余裕ね。白優勢！計画どおりよ。



え～～、ウッソー、そ、そんなマジ～、黒に黒に～

あなたの事業にとっての、（オセロのはじっこ＝キモ）が、どこにあるのかということを知ることには非常に重要なことです。例えばエステティックサロンや美容院での「オセロのはじっこ」は「接客技術とセールストーク」なのです。

ということかと言うと、

- ①「接客技術とセールストーク」がよくなると、広告で見込客を集めなくてもよくなります。
- ②「接客技術とセールストーク」がよくなると、リピート客を再購入へ促すようなニュースレターを配らなくてもよくなります。

もっと具体的にお話します。

まず①「接客技術とセールストーク」が良くなると、お客様はストレスなく自分の期待を思い通りにかなえてもらうことが出来るようになるので、安心して友人・知人・家族にすすめたくなります。見込客はお客様が紹介してくれるようになるのです。

次に②「接客技術とセールストーク」がよくなると、お客様は、そのお店に信頼をよせるようになるので、お客様の流出を気にすることがなくなってきます。自分に合ったお店を新たに開拓することは、結構大変なことです。来店するたびに「いい気分」にさせてくれるのですから、しょっちゅう顔を出したくなってしまうのです。

つまり、「接客技術とセールストーク」のノウハウが確立するとマーケティングというコマもパタッと黒から白にひっくりかえるし、既存客のリピートというコマもパタッパタッと簡単にひっくりかえってしまうほどのインパクトを持つのです。

ところが美容サービス業は特に職人氣質が強い世界です。だからこそ「接客技術とセールストーク」のスキルを向上させることが忘れがちになってしまうのです。

美容業で働くスタッフの一番の関心事は、自分のマッサージ技術やカット技術をさらに向上させること。そのためには毎日遅くまでお店で練習に練習を重ねています。しかし、どんなにマッサージ技術を磨いても、どんなにカット技術を磨いても、良いものだったら黙っていても売れる訳ではないのが商売の面白いところです。

その証拠に接客スタッフは「なんで、商品やコースを売らなければならないのだろうか？」と迷いを感じていたり、「セールスすることにストレスを感じていてモチベーションが落ちている」と感じている人が多いようです。

そんな状況で見込客を何百人、集めても業績アップが困難なのは当たり前です。

「どういうふうに接客してるの？」

「お客様の要望をしっかりと聞いて、理解してあげてるの？」

この「接客技術とセールストーク」のノウハウが確立されないまま広告、ニュースレターなどのマーケティングに関するコマをパタパタやっているときに、同業者の中で「オセロのはじっこ」に優れた会社がパタッとコマをひとつひっくりかえしただけでパタパタパタとゲーム盤の色が塗り替えられてしまいます。

大切なマーケティング予算を最大限に活かすために、自社事業の「オセロのはじっこ」は何か？をよく調べてみることは非常に重要なことです。

仮にもし、御社の「オセロのはじっこ」が「接客技術とセールストーク」だとしたら、接客時のとっかかりの質問を覚えるだけでも、お客様が抱えている期待や要望を話してくれるようになります。

例えば、

**「もしお客様が魔法の杖をもってたら、どんなお肌（ヘアスタイル）になりたいですか？」**

こんな質問を気軽にお客様に投げかけるだけで、結構、お客様がいろいろ話してくれることに接客スタッフ自身が驚き、プレッシャーから開放される人も多いのです。

もちろん、声をかけるタイミングやシチュエーションも大事な要素。技術を提供する前の期待が高まっているときがいいのか？、技術を受けたあとのホッとしている時がいいのか？

または、椅子に座っているときがいいのか？立っているときがいいのか？などなど、お客様によってケースバイケースですが、まずはきっかけとなる最初の一言を試してみてください。

**「もしお客様が魔法の杖をもってたら、どんなお肌（ヘアスタイル）になりたいですか？」**

どうでしょうか？

こんな、たった一言をお客様に聞くか、聞かないかだけで、お客様が感じる満足はライバル店との大きな違いとなって業績に現れてきます。“たった一言、されど一言”です。

(交通安全のスローガンみたいですね。注意、一秒。後悔、一生。みたいのがあったような?)

もう一度、現場の接客スタッフに聞いてみてください。

- ・お客様に何も聞かなくうちに、技術やサービスをすすめていたりしていませんか？
- ・要望を聞いたつもりになって（結構あるパターン）売り込んでいませんか？

ぜひ、御社の素晴らしい技術やサービスが、ちょっとした「接客技術とセールストークの工夫」で一人でも多くのお客様に幸せを提供されることを心よりお祈り致します。

最後に私の大好きな言葉をお贈りします。

「努力は人を裏切らない！！」 さあ来月も頑張りましょう！

サロンアシスト  
石山 薫

※今回のレポートで触れました「接客技術とセールストーク」については、石山が御社に訪問して、接客スタッフの方々へ“接客技術”と“セールストーク”の体験型ワークショップをご提供しています。詳しくは、下記のURLをクリックしてみてください。

<http://www.top1special.com/edu/ex-mue/mue-001.html>

※※私も、こちらで勉強しました。ぜひ参考になさってください。

1. 「凡人が最強営業マンに変わる魔法のセールトーク」著 佐藤昌弘氏 日本実業出版社
  2. 凡人が、最強の営業マンに変わるセミナービデオ（DVD版）
- 出版：株式会社マーケティングトルネード  
講師・監修：佐藤昌弘・神田昌典・平秀信

### 警告！

このレポートに収録されている文章および内容については、ダウンロードした方がご自身で読み、ご自身のために役立てる用途に限定して無料配布しています。

このレポートを、販売、オークション、その他の目的で利用するには、著作権者の許諾が必要になります。

このレポートに含まれている内容を、その一部でも著作権者の許諾なしに、複製、改変、配布を行うことおよびインターネット上で提供する等により、一般へ送ることは法律によって固く禁止されています。

**【執筆者プロフィール】**

執筆者名：石山 薫（いしやま かおる）  
有限会社ミュウ 専務取締役  
サロンアシスト 代表

**【業務内容 及び サポートメニュー】**

- ・ エステティックサロンの経営
- ・ 美容スクールの運営
- ・ マーケティングに関するコンサルティング
- ・ 財務コンサルティング
- ・ 接客技術とセールストークの体験型ワークショップの開催

**【資格】**

米国NLP協会公認マスター・プラクティショナー

**【プロフィール】**

東京生まれ。根っからの接客サービス好きで、「どうしたら、お客様が笑顔になって頂けるか？」に情熱をかけるコンサルタント。

高校卒業後に、飲食系サービスを身に付けるためホテルの宴会部門を5年、次に事務系サービスを身に付けるため会計事務所に7年勤務、人前で話しをすることを克服するため披露宴司会者2年の修行後、平成12年に有限会社ミュウ設立。エステティシヤンの妻とサロン・ド・ミュウを運営。

開業時よりダイレクト・レスポンス・マーケティングを導入し地域一番店となる。更なる技術向上のため「旧顧客獲得実践会」神田昌典氏より直接の指導をうけ、集客と固定客化のためのコンサルティングを提供している。旧ダントツ企業実践会アソシエイトコンサルタント、株式会社アルマック正規代理店、健康管理士一般指導員、日本お笑い学会会員。ブレイクスルーセミナーズ「インタビュー養成講座」修了。

「どんなに優れたノウハウも使う人の情熱レベルで結果が違う」という事実を、試行錯誤だった自らの店舗経営をとおして発見。体系化。神田氏の顧客獲得実践会メソッドと心理学をベースに「マーケティング×セールス×お客様への愛情」の3本柱を育てることを使命とする。

中小企業、店舗オーナーに実践的・具体的なマーケティングと接客セールスのノウハウを指導している。企業研修・講演や美容業界誌最大手「ビューティーリサーチ」にコラムを執筆など執筆活動も行っている。

**【連絡先】**

サロンアシスト  
ただいまホームページ準備中です。  
TEL : 0424-66-1651  
FAX : 020-4663-9852  
E-mail : info@salon-assist.jp