

6月16日 **ウッドデイ福岡**

第2回大野さん勉強会

目的 価値を生む(何故・何の為に)

目標 意味(ゴール・計画)

○見える物は全て活用する事。

○デビューすることが目的ではない → (デビューする時にどれだけのお客様が持っているかが大切)

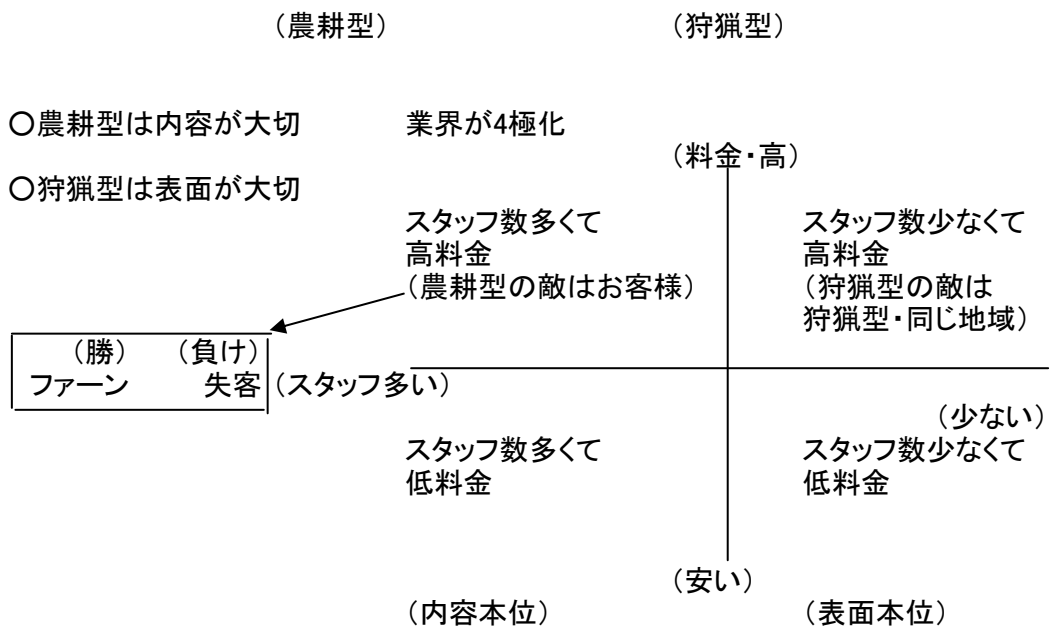
○デザインコンサルでの価値 → 自分とお客様 → 関係性からしか
自分と中間 生まれない

○市場には……ライバルとお客様しかいない

○ベンチマーキング……他社分析(50項目他社のいいところを見る)

○店長の新規リピート率……100%が当然

(スタイリスト平均65%)



お客様との出逢いのゴール

- 目標は再来店
(お客様との出逢いがスタート)
- 各ランクのスタッフが全員ゴールを目指す
↓
あなたにしてねと、お客様に言われること
- 年齢により対応力を変える事(7歳単位で変える)
☆生まれて7歳までの美意識は両親が作っている(7歳までの子供さんは選択件が無い)
↓
子供に選ばされる
- (時系列でお客様と繋がっていくこと)・・・7年以上担当し続ける
- 新規のお客様が再来する最大の条件・・・今まで出会ったサロン・スタッフ以上の価値を感じた時
- 固定客の失客原因
特に農耕型サロンが取り組まなければいけない事
↓
質を変える・質のレベルを上げる
(行動基準を上げる)・・・こんな事までしてくれるの
- 1ヶ月に一度の来店から3ヶ月に一度の来店ゲストでサロン売上の80%を支えている
↓
このお客様の周期が2週間遅れると年間かなりの損失になる。
(北海道の〇〇〇サロン)・・・例
- 予約 に対する工夫
☆次回来店をして帰られるお客様50%
☆マネージャーは最高で70%が取れている

○大切なことはお客様との関係性を創ることが大切

○コミュニケーション————→ 必ずメモを取る

(リピートの法則)

原理・・・物事の基本になる考え方

原・・・原則(生き方・ライフスタイル)

理・・・心理(お客様の心理・美しくなりたい)

原理 ————— | 流行(ニーズ)買いたくなる、あなたが言なら
| 不易(変化しない)