

ウッディチキン / 静岡例会

『例会レポート 134』

日 程	2018年7月4日(水)
会 場	『フリーエース美容専門学校』 静岡県藤枝市前島 1-7-10 Bivi 藤枝 2F TEL 054-284-0111
参加者数	約 100 名 (内県外 43 名)
講演会内容	受付開始 : 19:00~ 挨拶・報告 : 19:30~ 講演時間 : 20:00~21:30 講演テーマ 「五感を使った感動カウンセリング とスピードアップ仕事術」 ブリングヘアー 代表 大野 勝次氏 (おおの かつじ)
親睦会	PM21:30~



ウッディチキン事務局

文章・写真提供 / 向井 健介

アツイアツイ夏の訪れを感じさせる気温と湿度・・・

100名の仲間が集まりました。

静岡支部の活動報告などで、かなりレベルアップしている。と実感！

他の支部の皆さんも刺激をもらってました。



ウッディ静岡代表 クアトロ代表 渡辺さん挨拶

今年静岡では、プリングの大野さんにお越しいただき4回の講習を実施しました。

内容は、カウンセリングとスピードカットです。

結果どの店舗も業績が上がっていますし、みんな大野さんのファンになりました！



今回から、静岡の支部長が交代します。

ヒュッケの浜子さんです。皆さんよろしくお願いします。

司会は、シスターゴールデンヘア 飯田桃太郎さんでした。

オーナーの飯田さんの息子さんです。こんな大きいお子さんがいるとは・・・

頼もしいです。



大野さんの講習を受けて3名のスタッフの皆さんに成果発表していただきました！

クアトロ 山口さん

ヒュッケ 仲亀さん

ペッツ 手島さん



伊藤代表 45分

韓国との交流

ウツディ北海道で、交流会を開催していい感じだった。

7年前に韓国に行ったときは、正直レベルが低いと思っていたが・・・

今はすごい勢いで伸びている！

とにかく勉強熱心です。

2017年5月に B0B クラブ設立(髪書房)して、交流が深まってきました。

今では、いい交流ができています。学ばせてもらうことが多いです。

韓国の方が日本に勉強しに来ている目的は、おもてなしだった・・・

技術や経営のハウツーではなくて・・・



顧客満足とおもてなしの違い

顧客満足(CS)・・・顧客が、その会社の製品やサービスにどのくらい満足しているのかの指標

おもてなし・・・①想定外の気遣い ②見返りを求めない ③もてなす人を想う時間を作る

段階が1段階違う。

おもてなしは、「道」の世界

人づくり 価値づくり 絆客づくり

3つのレベルを上げていくことが大切です。

講演 プリング 代表 大野勝次氏

テーマ 「五感を使った感動カウンセリングとスピードアップ仕事術」

プロフィール

BRING Hair Design&creation(プリング)代表。

1961年4月15日、東京都生れ。東京都出身。東京美容専門学校卒業。

1997～2003 セバスチャン・インターナショナルメンバーとして、NY LAにて海外ブランドのセミナー商品開発を担当。

2013年8月 BRING Hair Design&creation を東京吉祥寺に OPEN。

カウンセリングお客様分析に定評があり、

年間60回開催するセミナーも好評。著書に『カウンセリングは「聴くチカラ」で9割変わる』(髪書房)

『リピーターが増える「100の行動」』(髪書房)等がある。

パレートの法則

80対20の法則概要

- ・80対20の法則とは、投入、原因、努力のわずかの部分が、算出、結果、報酬の大きな部分をもたらすという法則である。
- ・仕事の成果の80%は、費やした時間の20%から生まれる。
- ・売り上げの80%を占めているのは、20%の製品、20%の顧客である。



利益を取ってみても、この比率に変わりはない。

学んだことを行動できる人の割合もこのパレートの法則と同じ、また継続できる人の割合も同じである。
100名中継続できる人は、4人ということになる。

静岡ウッディ勉強会のテーマは、

「お客様と信頼関係を強くし、長くリピートしていただけるスタイリストを目指そう」

目標は、「紹介率、次回予約率、リピート率、新規リピート率」を向上させる！

売上を追いかけるのではなく、率が上がるよう行動し継続していく。

そして率が上がるかどうかはお客様が決めること。

自分で決められないし、上乘せもできない。つまり、お客様の立場になって行動することなのです。

会社の成長から判断してみる。

会社の成長から判断してみる

第1ステージ) 起業期 (導入期)
第2ステージ) 成長期
第3ステージ) 完成期 (成熟期)

[優先課題] - 経営の3大要素 -

1) 起業期に大切なのは、
【商品力】 (→ [営業力] → [管理力])

2) 成長期に大切なのは、
【営業力】 (→ [管理力] → [商品力])

3) 完成期に大切なのは、
【管理力】 (→ [商品力] → [営業力])

企業の成長

ブリングの3年、二桁成長

BRINGの3年、二桁成長

【優先課題】- 経営の3大要素 -

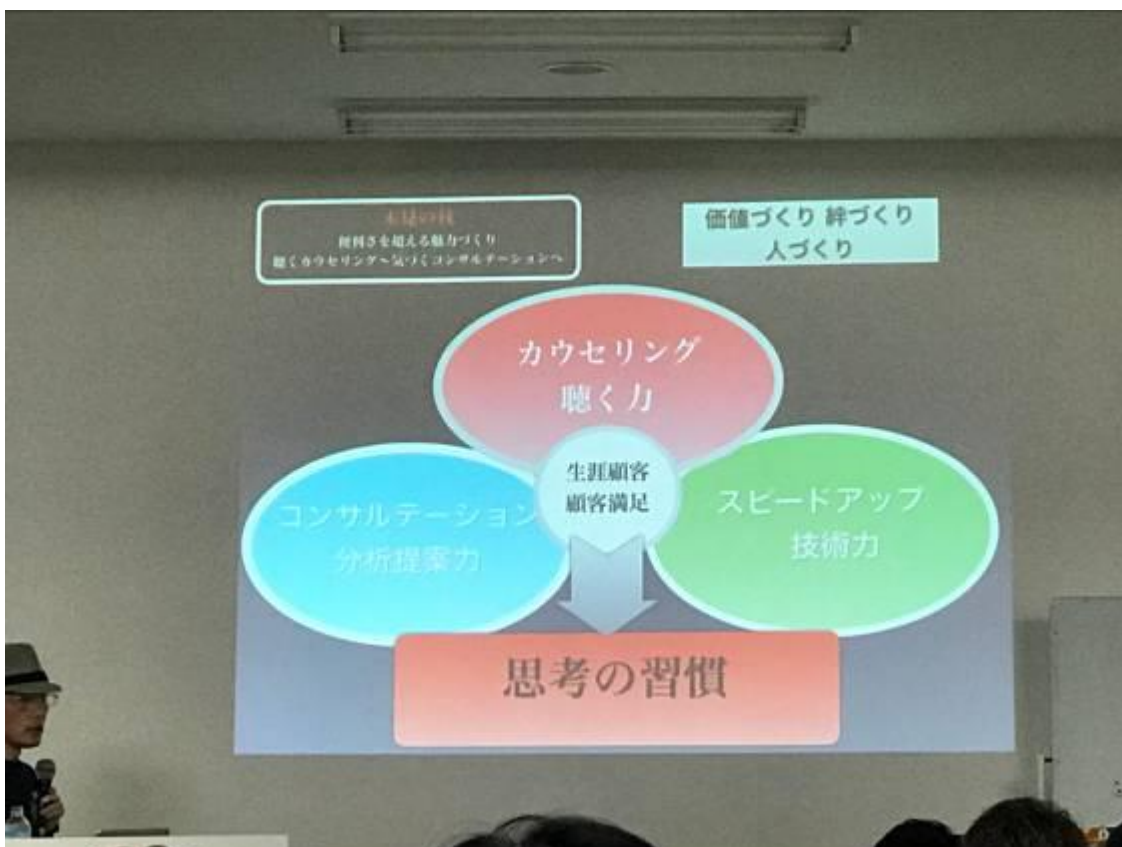
第1ステージ 起業期（導入期）メニュー作り
【商品力】（→【営業力】→【管理力】）
次回予約率 90%

第2ステージ 成長期 客単価アップ
【営業力】（→【管理力】→【商品力】）
カラー比率 70%

第3ステージ 完成期（成熟期）生産性アップ
【管理力】（→【商品力】→【営業力】）
メニュー値上げ成功 ITルールBook
営業時間の短縮104時間/年

未見の我

「便利さを超える魅力づくり、聴くカウンセリング～気づくコンサルテーションへ」



価値づくり 絆づくり 人づくり

カウンセリング聴く力で引き出し、コンサルテーション分析提案する。

聴く力がなければ、コンサルテーション出来ない。

アシスタント時代に、ヒアリング力をつける。

3回来店以上の方には、アシスタントがヒアリングして担当者と情報を共有する。

1日5名担当すれば、1カ月に100名年間で1200名の方のヒアリングができる。

スタイリストになったときには、スムーズにカウンセリング聴く力が身につけていることになる。

スピードアップ技術力の目的は、技術時間を短縮できればカウンセリングやアフターカウンセリング・次回提案・ホームケアの時間が取れる。客数を増やすためではなく。生涯顧客につながるように絆を創る。

メニュー比率の一番多いカットから時間短縮技術力を身につける。

思考の習慣から学ぶことの大切さ。

大野さんの講習では、思考の習慣にフォーカスしたトレーニング方法を取り入れている。

① カウンセリングのロープレ

3人1組になって行う。一人がお客様役、一人がスタイリスト役、一人が動画を取る。

動画を見て、自分の現状を知って行動を変える。聴く力を養う。

② シェアリングカット

5人1組になって行う。一人がお客様役、一人が動画を取る、残りの3名が一人ずつロープレを行う。

ただし、カウンセリング中には、他のスタイリスト役は別室にて待機。

終了後、お客様役の人が誰にカットしてもらいたいかを決めてもらう。

結果、選ばれた人はカットをし、その他2名の人は自分の動画と選ばれた人の動画を見てどうすれば、今後選ばれるようになるのか自分と向き合う。

③ スピードカット

2人1組になって行う。一人ずつ交代で動画を取り合う。

スタイル写真を見て、2分で展開図を書いてその後5分でカットをする。

最後に大野さんが解説しながら展開図とカットを行います。

サロンワークでも5分でベースカットをし、お客様に手で触っていただき、

量感や質感のカットに時間を注いだ方がお客様満足につながります。

動画を取ることで、無駄がよくわかるようになり大幅に時間短縮になります。

時間という数字を目標にすることも重要なポイントです。

最後に、

未見の我(みけんのわれ)便利さを超える魅力づくり

高い価値観と向上心だと思います！

高い価値観は

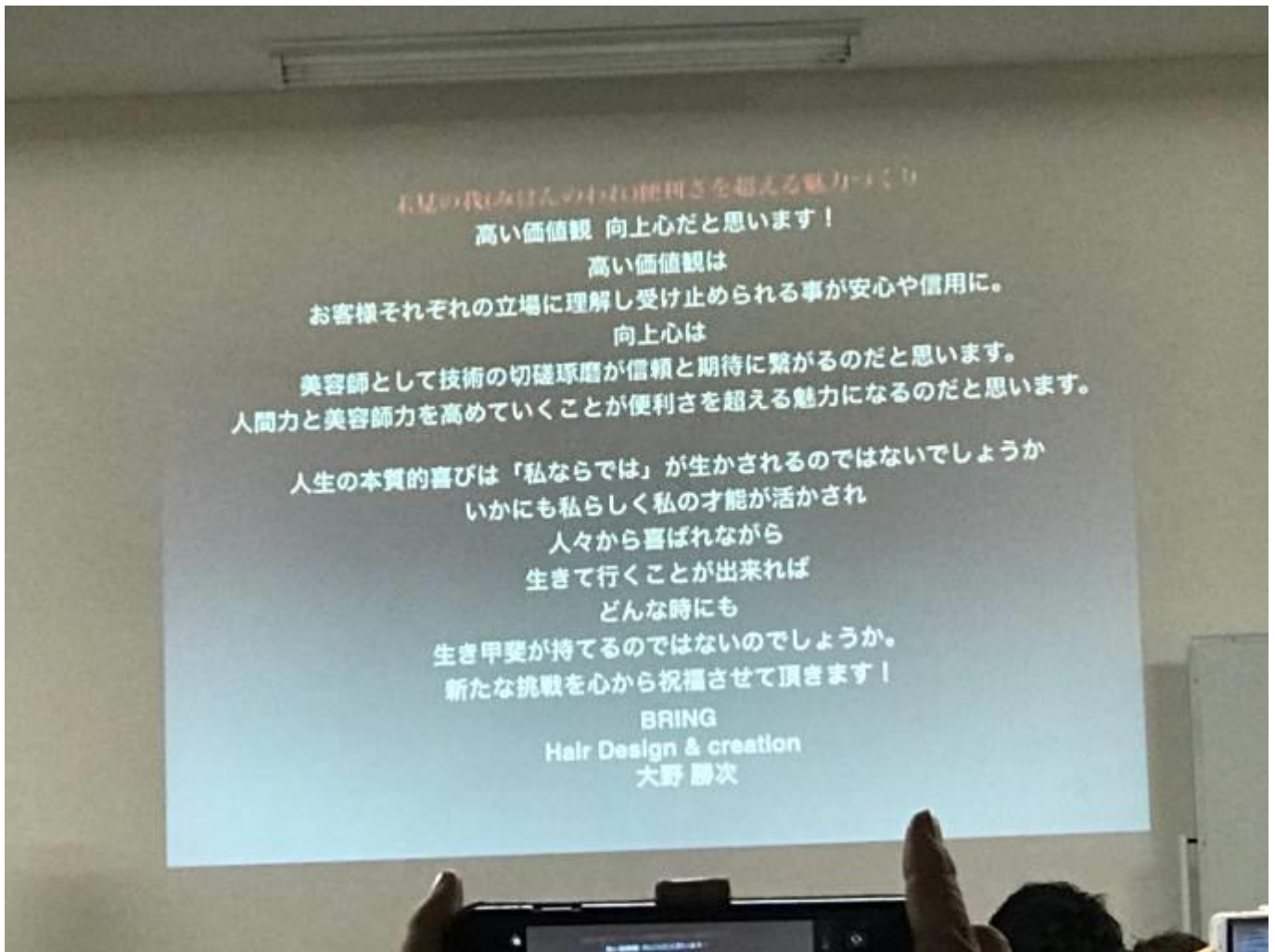
お客様それぞれの立場に理解し受け止められることが安心や信頼に。

向上心は

美容師として技術の切磋琢磨が信頼と期待に繋がるのだと思います。

人間力と美容師力を高めていくことが便利さを超える魅力につながるのだと思います。

人生の本質的喜びは「私ならではの」が生かされるのではないのでしょうか
いかにも私らしく私の才能が生かされ、人々から喜ばれながら
生きて行くことができれば、どんな時にも生き甲斐が持てるのではないのでしょうか。
みなさんの、新たなる挑戦を心から祝福させていただきます。
ブリング代表 大野 勝次



懇親会





以上です。 ウッディ事務局 向井健介