

salonassist

ほぼ週刊サロン ニュース

salon - assist - mail - news salon - assist - mail - news

◆バックナンバー ファイル#1

(Vol . 1 ~ Vol . 10)

ほぼ週刊サロン ニュース
back number Part 1 もくじ

Vol.1.1【今週のアプローチヒント】

人は信頼している人から購入する。

Vol.1.2【今週のアプローチヒント】

信頼されているとは、どんな状態？

Vol.1.3【今週のアプローチヒント】

カウンセリングとは、お客様の(気持ち)と(考え方)を受けてとめてあげること。

Vol.1.4【今週のアプローチヒント】

サロン店販の極意はお客様を一人ぼっちにしないこと。

Vol.1.5【今週のアプローチヒント】

お客様との雑談をやめてみる。

Vol.1.6【今週のアプローチヒント】

繰り返し繰り返しやるから身につく。

Vol.1.7【今週のアプローチヒント】

10人にアプローチして2人が買う。
まずは打率2割を達成しよう！

Vol.1.8【今週のアプローチヒント】

しゃべりすぎに、ご注意を！

Vol.1.9【今週のアプローチヒント】

アドリブはやめて、自分の台本を最低3つ用意する。

Vol.1.10【今週のアプローチヒント】

さあ、12月！「本気を出す」には最高の舞台だ。
あなたなら、どう活かす？

サロン ニュース salon - assist - mail - news
(back number) ほぼ週刊 第 1 号

豆腐、毎日食べたい石山です

【今週のアプローチヒント】

人は信頼している人から購入する。

【解 説】

自分にとって少々耳の痛い内容のアドバイスを A 先輩と B 先輩に言われたとする。

A 先輩から言われたときは、正直、腹がたった。

しかし、B 先輩に言われたときは、素直に聞き入れることが出来た。

その違いは何なのか？

答えは B 先輩を信頼しているからだ。

信頼された状態とは、相手の耳がオープンになっていること。

どんなに商品説明が上手になっても、お客様の耳がオープンにならなければ、想いは伝わらない。

まずはおお客様の耳をオープンさせることに全力を注ごう！

サロン ニュース salon-assist-mail-news
(back number) ほぼ週刊 第2号

なぜか5歳の息子は豚キムチが大好物、石山です

【今週のアプローチヒント】

信頼されているとは、どんな状態？

【解説】

信頼されている状態とは、

「あなたの話は素直に受け入れます」という状態を言う。

これは、あなたも、私も同じ。

では、あなたは、目の前にいる人がどんな人だったら、「分かりました。あなたの言うとおりに致します。」と素直に受け入れることが出来るでしょうか？

それは、きっとこんな人のはずです。

(1)自分の話をよく聞いてくれる人

お客様の話をよく聞いている？

(2)自分の長所や良いところを引き出してくれる人

お客様の長所や良いところを引き出している？

(3)自分を何かにつけ、ほめてくれる、ねぎらってくれる人

お客様を何かにつけ、ほめてる？ねぎらってる？

(4)自分のことをいつも見ていてくれる人

お客様のことをいつも見ている？

(5)自分のことをいつも気にしてくれる人

お客様のことをいつも気にしている？

(6)実績を出している人

お客様はキレイになってる？満足している？

さあ！あなたはどれから始めますか？

今日から、明日から。

コツコツとお客様からの信頼を積み上げてみませんか？

では、また次号をお楽しみに！

サロン ニュース salon - assist - mail - news
(back number) ほぼ週刊 第 3 号

生まれて初めてピザを食べたときの感動をまだ覚えている石山です

【今週のアプローチヒント】

カウンセリングとは、お客様の(気持ち)と(考え方)を受けてとめてあげること。

【解 説】

想像してください！

(そーいえば、エンタの神様に、最近、たいがー・リー出ないね～)

1日の仕事が終わって、仲間と居酒屋に行くわけよ。

普通だと、店員さんが「お飲み物は何になさいますか？」と聞いてくる。

まあ、考えるのも面倒だからオーダーはいつもと同じ。

「とりあえず中生で！」と答えてしまう。

で、乾杯。つまみのオーダー。そんな感じですよ。

ところがところが。

やり手の店員の場合は。

店員

「今夜は、どんな気分でみなさんとお酒を楽しみたいですか？」と聞いてくる。

あなた

『え～、今月はみんな頑張ってくれたんで、そのねぎらいのために、

ワイワイやりながら来月のことについても、じっくり話したりしたいし、食事はまだなので腹ごしらえもしたいですね』

店員

「それでしたら、個室のほうがいいかもしれませんね。ご用意します。お食事は好きなものをオーダーして頂いて、お飲み物はデカンプランなどいかがでしょうか？ビール、飲みやすいワインが人気です。それとあとで、挽きたてのコーヒーもデカンプラでご用意できますよ。このプランだと、ケーキなどのスイーツが半額になりますから女性の方にも喜んで頂けますよ」

どうです？

このような対応してくれるお店なら、また行きたい！

そんな気持ちになりますよね。

カウンセリングでは、「今日のオーダー」を確認するだけでなく、お客様の（気持ち）や（考え方）まで聞いてみましょう！

たった一言。でも大きな違い。

ライバル店と大きな差をつけるカウンセリングを実践しよう！

では、また来週。

サロン ニュース salon - assist - mail - news
(back number) ほぼ週刊 第 4 号

随分、昔の話。グラグラと煮えたぎる鍋焼きうどんを誤って股間に落としかけた私の父。今、思えば病院通いはさぞ男として屈辱的だっただろうと同情する石山です

【今週のアプローチヒント】

サロン店販の極意はお客様を一人ぼっちにしないこと。

【解 説】

私がコラムを執筆している新美容出版さんの月刊誌「美容と経営」。

今月の 10 月号、44 ページに大変興味深いデータが掲載されている。

(まだ、ご覧になってない方は「美容と経営」に GO !)

BK マーケットリサーチというコーナー。

東京都とその近辺に在住している男女にサロンの店販について聞きました。有効回答数 683 件。

質問 1 「サロンでおすすめしている店販品に興味はありますか？」

質問 2 「店販品を購入しない理由は何ですか？」

このデータを見たとき、正直、私はニヤニヤした。

なぜなら、アプローチ方法を見直しさえすれば、まだまだチャンスは膨大に広がるから。

そのキーワードは「アフターフォロー」。お客様を一人ぼっちにしないこと。

これを徹底することで、ライバルである市販品との圧倒的な差別化。
そして、ライバル店が泣いて悔しがるほどの差別化が実現できる。

さて、あなたはこのデーターをどう読み取りますか？

ぜひ一度、ご覧になってください。

では、また来週。

今週もあなたのステキな笑顔を一人でも多くのお客様に！！

サロン ニュース salon - assist - mail - news
(back number) ほぼ週刊 第 5 号

子供の遠足。我が家のおにぎりの中身。それは焼いたウィンナー。
これ結構、うまい！と以外な発見の石山です

【今週のアプローチヒント】

お客様との雑談をやめてみる。

【解 説】

例えば、昨夜の亀田大毅選手。

朝からワイドショーでも、もちきりの話題。

お客様と雑談するには結構、おいしいネタ。

話が盛り上げれば、お客様との距離がさらに縮まる気がする。

しかし、この状態では「お仲間レベル」が精一杯。

「美容師」という字は「美容の師匠」と書く。

たとえ、お客様が目上の方だとしても、「美容」という分野において、あなたはお客様の師匠。お客様は、お弟子さん。

実は、お客様はサロンに来店されたとき、「師匠と弟子レベル」になることを期待している。

「師匠」は「弟子」に教え、育てる。だから喜んでお月謝を払う。

「お仲間同士」からお月謝を頂くことは出来ない。

「たんなる雑談はしない」と決めたとき、会話の間を埋めることができなくなる。

もちろんお互い無言という訳にいかない。

では、どうする？

そして、ひとつ大事なことがある。

「師匠」と呼ばれる人でも、「お弟子さん」が少ない「師匠」と、
「お弟子さん」が山ほどいる「師匠」がいる。

その違いは何だろう？

よく考えてみる価値はありそうだ…。

では、また来週。

今週もあなたのステキな笑顔を一人でも多くのお客様に！！

サロン ニュース salon - assist - mail - news
(back number) ほぼ週刊 第 6 号

助けてくれ～！「おしりかじり虫」が頭の中でグルグルまわっている石山です

【今週のアプローチヒント】

繰り返し繰り返しやるから身につく。

【解 説】

ある人から聞いた話。

美容師さんはゴルフが上手な人が多いそうです。

「きっと体に覚えさせる能力が格段に高いのでは？」
と、お互い納得しました。

確かに、カットなどの技術全般において反射的に、しかも的確に出来なければ生産性はあがらない。

早く、キレイに、正確に、を毎日求められる世界。

そのために練習練習、また練習。

【量稽古】これしか解決策はない。

これは、店販や単価アップメニューのアプローチも同じこと。
(知ってる・わかってる)から(やってる)そして(できる)になるためには【量稽古】しかない。

[知識]→[実践]→[習慣]→[反射的にできる]→[能力アップ]

このステップでガンガン成長していきましょう！

きっと快感ですよ。

今週もあなたのステキな笑顔を一人でも多くのお客様に！！

サロン ニュース salon-assist-mail-news
(back number) ほぼ週刊 第7号

カレーライスは食べ物ではなく飲み物だと思う石山です

【今週のアプローチヒント】

10人にアプローチして2人が買う。
まずは打率2割を達成しよう！

【解説】

武豊ってご存知？

競馬ファンでなくても彼の名前を一度は聞いたことがあるはずで
す。

そんな彼が7月、JRA(日本中央競馬会)の歴代最多勝記録を更
新。

通算2944勝。

つまり過去、彼以上に勝ち星をあげた人はいないということ。
すごいもすごい。歴史に名を残したのです。

しかし、この時点で、負け数も実に、11169敗。

彼の勝率を計算してみると、 $2944 \div 11169 \times 100 = 26,3\%$ →打率2割
6分となります。

武豊はこう言っています。

「競馬の基本は負けることです。負けることは普通のことなんです。
だから、負けたらダメだとは思いません。それよりも負け方をきち
んと分析し、研究して、いかに次の勝ちにつなげていくかを考える
ことが大切です」

彼の哲学を、私たちの店販やプラスメニュー提案に活かしてみませ
んか？

サロン ニュース salon-assist-mail-news
(back number) ほぼ週刊 第8号

幼稚園年長の息子が先日、吉野家の牛丼並をペロりとたいらげました。唾然の石山です

【今週のアプローチヒント】

しゃべりすぎに、ご注意を！

【解 説】

今日はPOP（ポップ）の話。

POPって言っても音楽じゃないですよ。

商品やメニューの案内をするための小さな紙ですね。

手書きPOPもあるし、キレイに印刷されたPOPがセット面や、待合席、e.t.c..

サロン内にPOPを置いているお店さんもあることでしょう。

そのPOP。どうですか？あなたの日々の営業に役に立ってますか？売上に貢献してくれていますか？

効果の出ないPOPには特徴があるんです。

それは、しゃべりすぎのPOP。

見ると何が言いたいのかすぐに分かってしまうようなPOP。

POPのそもそもの役割は「キッカケづくり」。

お客様が気になり、「これ何ですか？」と尋ねてもらうことが最大の目的。

大事なことなので、強調しておきます。

「キッカケをつくれていないPOPは即、取替えましょう！」

繁忙月の12月まで、あとわずか。

「キッカケづくり」の仕掛けを店内にセッセと仕込んでおきましょうね。

今週もあなたのステキな笑顔を一人でも多くのお客様に！！

サロン ニュース salon - assist - mail - news
(back number) ほぼ週刊 第 9 号

石山です。急に、チャーハン病になることないですか？あー食べたい！

【今週のアプローチヒント】

アドリブはやめて、自分の台本を最低 3 つ用意する。

【解 説】

前号では「しゃべりすぎに、ご注意を！」編としてPOPについて書きました。

今日は商品（メニュー）説明編です。

まあケースバイケースですが、大体は説明が長くなるにつれて商品が売れる率は低くなります。

ただ、お客様が興味深々で質問してくれるようでしたら、説明が長くなってもOK。

ポイントはいかにお客様を興味深々状態にするか？これに全てが、かかっています！

では、どうすればいいのでしょうか？

はっきり言って方法は無限です。

だから、あなたにもぜひ考えて欲しいのです。

ぜひ、一度紙に書いてみてください。

1 つの商品（メニュー）に対して、1 つの台本を作る。

そして、自分で読んで興味深々になれるか？
仲間に聞かせて興味津々になれるか？

最初からうまく書けませんから何回も下記直すくらいの気軽さが大事。

ちなみに私なら、お客様が知らないだろうな～という話題から始めます。

「実は、髪って卵と同じってご存知ですか？」

「えっ、何それ？」 これが重要！

繁忙月の12月まで、あとわずか。

今週もあなたのステキな笑顔を一人でも多くのお客様に！！

サロン ニュース salon - assist - mail - news
(back number) ほぼ週刊 第 10 号

小島よしおの海パンが売れまくっているそうです。忘年会シーズンだし...風邪ひかないことを祈る石山です

【今週のアプローチヒント】

さあ、12月! 「本気を出す」には最高の舞台だ。
あなたなら、どう活かす?

【解 説】

ここのところ、「しゃべりすぎに、ご注意を!」特集してます。

でも、今回はお休み。

今日は気合いをこめてメッセージを贈りたいと思います。

それは、「本気を出す」ということ。

以前、どこかで見て、手帳に書いた言葉です。

「本気ですれば大抵のことができる」

「本気ですれば何でもおもしろい」

「本気でしていると誰かが助けてくれる」

これを裏返してみると、

「中途半端ですれば中途半端な結果が残るだけ」

「中途半端ですれば、全てが不平不満でつまらない」

「中途半端でしていると誰も助けようとは思わない」

今月は、キャンペーンに取り組んでいるサロンが多いと思います。

さあ！あなたはいつ本気を出しますか？

石山流に考えると、「楽しいお店は盛り上がっているからモチベーションが高い！モチベーションの高いお店は、お客様も盛り上げるから売上も高い！」

「楽しい」は「楽」することではないみたいです。

「本気」でやるから「楽しい」んですね。

今週もあなたのステキな笑顔を一人でも多くのお客様に！

最新号はこちらから！

「ほぼ週刊サロン ニュース」

全国の美容師様が毎週楽しみにしてくれている携帯メールマガジン。アプローチのヒント、モチベーションのリセット、お客様との会話ネタ、朝礼やミーティングでの話題など幅広く活用されています。

登録簡単！ 登録無料！

つまんなかったら登録解除もいつでも簡単に出来ます。
だから、ぜひ一度試すだけでもしてみてください。

登録方法はこちら

ご愛用の携帯電話やパソコンから a@salon-news.jp に空メールを送信するだけ。

こちらの QR コードなら、
さらに簡単登録できます。

