

有限会社スロープ

◎美容業



異業種での勤務経験を生かした従業員教育でリピーターを増やす

美容室スロープは、異業種での勤務を経験した美容師の坂本さんが立ち上げた美容室だ。従業員に対し、顧客の属性やニーズに応じた提案型営業を各自が創意工夫して実践していくことを徹底して指導。あわせて、従業員それぞれがブログを毎週更新するなど「顔の見える営業」を展開。顧客から高い満足度を得ることで、リピーターを増やすことに成功している。

接客レベルの維持・向上に向けマニュアルを作成

有限会社スロープは千葉市に3店舗の美容室を運営している。代表取締役の坂本さんは、「サロンホスピタリティ」という接客マニュアルを作成し、各店舗での良好事例や発生したトラブルなどについて情報を集約するとともに、店長の意見を取り入れながら毎年更新している。こ

こには、坂本さんが異業種での勤務経験から体得した提案型営業の大切さについても書かれている。この接客マニュアルを作成した背景について坂本さんは、「接客マニュアルの作成により、すべての従業員が一定水準以上の接客レベルを身につけることが可能です。効率的に従業員を育てて顧客満足度を上げ、リピーターを増やすのが売上増加への近道です」と語る。

顧客メリットに配慮した提案型営業によりリピーターが増加

坂本さんは、美容室として独立するまでは、対面販売をする漬物屋や食品会社に勤務していた。その際、顧客のニーズを知り、性別や年代別にセグメントしてそれぞれにマッチしたアイ

デアを提案する提案型営業の大切さを学んだ。業種は異なるものの、これを美容室の顧客にも応用できるのではないかと考えた坂本さんは、髪質や髪の長さに応じたカットなどサービスの提案、店販品の勧め方などに導入。例えば、シャンプーなどの店販品について説明する場合、機能面を重視する顧客、コストパフォーマンス

提案型営業を実践し 顧客満足度を高める美容室

を重視する顧客かなどを見極めた上で提案する。「顧客にとってメリットがあるかどうかが一番重要です。提案型営業といっても、なんでも提案し売ればよいということではなく、顧客にとって何がメリットになるかを一生懸命考

え、顧客のために提案するという姿勢が大事。これが顧客満足度の向上につながり、また来店いただけることにつながっていると思います」と坂本さんは語る。

従業員ブログで顧客との コミュニケーションを密にする

スロープでは、従業員がそれぞれブログを持っており毎週更新している。これは、坂本さんの「顔の見える営業」がリピート客増加につながるという考えによるものだ。美容室の顧客は一般的には2～3か月に一回程度の来店となるため、頻繁に接触するわけではない。この接触

頻度の低さを補うことができるのがブログによる情報発信だ。従業員は、それぞれの個性を生かして情報発信をしているため顧客から好評で、リピート客の増加に一役買っているという。「接触頻度が多ければ顧客と親密な関係になれると思います。従業員には毎週更新するよう依頼していて大変だとは思いますが、効果はあると考えています」と語る坂本さん。

新たなサービスを開発し続ける ことが重要

坂本さんが現在取組んでいるのが、新しいサービスの開発である。最近では、顧客一人ひとり異なる毛髪の状態や頭皮の状態に合わせて9種類の処理剤を使い分け、髪と頭皮の負担を軽減する「ダメージケアシステム」というサービスを開発。今後は、「カット、パーマ、カラー

という従来のサービスの枠にとらわれず、スカルプケア（育毛）の分野まで取り組みたい」と坂本さんは意欲的だ。こうした絶え間ない努力を積み重ねていくことが、リピーターを飽きさせず満足度を維持するために不可欠のことと語る坂本さん。「この姿勢を持ち続けていくことがこれからのスロープの目標です」と坂本さんは熱く語ってくれた。



● Profile

有限会社スロープ

取締役 坂本 直樹（さかもと なおき）

所在地 千葉県千葉市花見川区幕張本郷1-13-8-104

創業 2003年

従業員数 15人（うちパート・アルバイト3人）



取締役 坂本 直樹さん