

“Challenge to the FUTURE” from 30th ANNIVERSARY CORPORATE PROFILE

NEWS REPORT

Vol.5

サロン状態タイプ別で考える

サロンメニュー

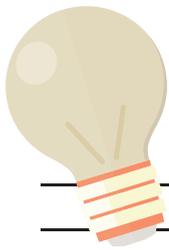
「適正料金改定」のヒント

＼ 必見 ＼

「料金改定」の前に
押さえるべき
ポイント

人とお店がつながる
サロン経営にデジタルを





サロンメニュー「適正料金改定」のヒント

サロン状態タイプ別で考える



「原材料の高騰で使っている商品が値上がりした」
「他店と同じくらい人件費を上げないと求人に応募がない」
「もう何年もサロンメニューを見直していない」

現在、サロンメニューの「料金改定」に踏み切ったり、検討されている方は多いのではないのでしょうか。今回は、好循環経営を回していくための一つの方法である「料金改定」について皆さんと一緒に考えていきたいと思います。

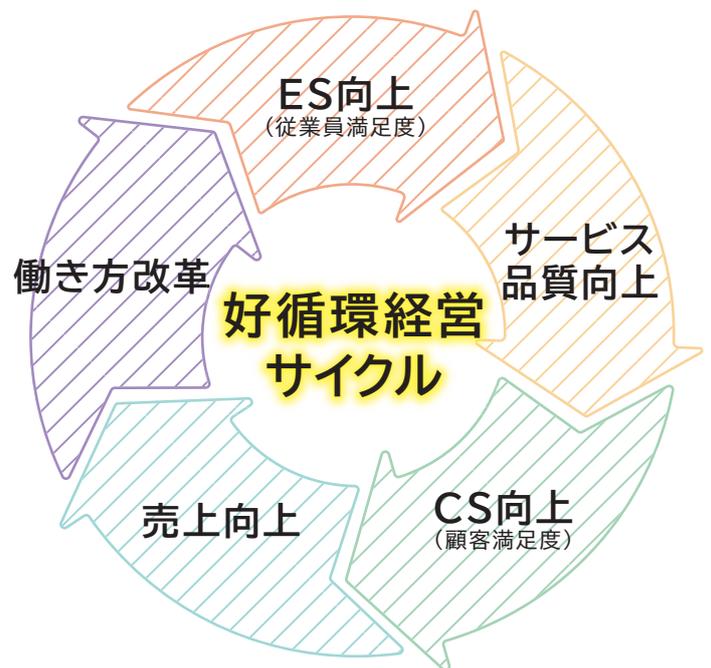
What's 理想的なサロン経営

ある事柄が良い結果を生み
よい状態がずっと続いていくこと

サロンメニューの「料金改定」をすれば売上が向上し、お店が潤うということではなく、この好循環を回していくためには何が必要かを意識する事が大切です。

今回は、「料金改定」を「サービス品質向上」に結び付けて、サロン状態タイプ別にCSを上げていくご提案をいたします。

CS(顧客満足度)が上がれば、売上が上がり、売上が上がれば従業員の働き方改革に投資できます。それがES(従業員満足度)向上につながり、サービス品質向上につながります。そして、さらなるCSの向上…とサイクルしていきます。



美容売上

総客数 × 客単価 × 回転数

美容売上は、総客数と客単価と回転数の掛け算で表せます。
この他に物販の販売数やホテルの利用回数などが売上として入ります。

一言で「料金改定」と言っても、現在どの様なサロン経営状態であるかによって、手段はおのずと変わります。ただし、どのような「料金改定」の方法でも絶対に押さえないといけないポイントがあります。

詳しくは4P末尾へ

CASE 1 \ もう限界 / キャパオーバーの場合

トリマー数に対して
美容処理頭数の限界を超えている

トリマーの仕事のクオリティや接客サービス力の低下
無理な働き方によるES(従業員満足度)の低下の恐れ

オススメは「ベース料金改定」です。

特に長年、料金体系を見直していないサロン様には今の時期がオススメです。
ただし、安易な「料金改定」は予想以上に大切なお客様を失う事態にもつながりかねません。絶対に押さえないポイントがあります。

詳しくは4P末尾へ



1 お客様が喜ぶ ベースシャンプーをグレードUP

お客様が今まで以上に価値を感じるサービスに

「料金改定」をするのに材料費を上げるの！?と思われるかもしれませんが、シャンプー費はサロンメニュー料金に対して、わずかな材料費です。

グレードUPすれば、仕上がりに大きく影響し、お客様は今まで以上に価値を感じていただけるサービスとなります。



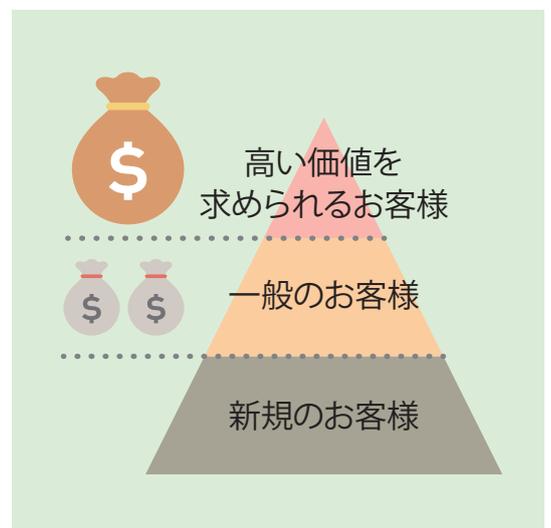
2 お客様が喜ぶ 大切なお客様をもっと大切に

より丁寧な接客、トリミング品質の向上を

たとえ、お客様を失っても価値を求める新たなお客様にご来店いただけるようになるのではないのでしょうか。時間と心の余裕が生まれ、より丁寧な接客、トリミング品質の向上が期待できます。

「料金改定」をしていなくてもいずれは失客する!?

サロンメニューの「料金改定」により、お客様を失う事はある程度避けられませんが、この時のお客様の多くは「価格が安い」から貴方のサロンを選んでいる方です。他に安くて近いサロンがあれば「料金改定」をしていなくても、そちらへ通われます。



CASE 2 \ キャパは大丈夫 / お客様の単価を上げたい場合

ヒト、時間に余力があり
まだまだチャレンジできる環境

美容予約に空き時間がある
スタッフ間で話し合える心と時間の余裕がある

オススメは「お客様の単価UP」と「お客様の来店頻度UP」の2つです。

新規のお客様に来店していただく方法を模索されているのではないのでしょうか。まずは、現在のお客様に満足いただき、新たなお客様にも喜んで来店していただける様に工夫しましょう。



お客様の
単価UP

1 大満足していただける

付加価値の高いメニューを追加しましょう！

お客様に伝わる演出、価値を提供しよう

貴店の高い価値を求められるお客様の為に、付加価値の高いメニュー（※1）を作りましょう。マッサージや映えるメニュー内容にしましょう。

お客様に伝わる演出を工夫して、価値提供を徹底的に追求しましょう。

（※1）【具体例】使用シャンプーは最上級カシミアタッチシリーズ、工程の中に炭酸泉EXを盛り込み、アロママッサージもセットします。仕上げにお客様の目の前で、浴びる炭酸トリートメントビジューフラムを使用し、至れり尽くせりの付加価値の高いメニューを作ってみませんか。



お客様の
単価UP

2 経験を生かして

お悩み解決メニューを追加しましょう！

お客様のお悩みに寄り添う

乾燥、もつれ、パサつき…お客様のお悩みはご存知ですね。

その経験を生かして、お悩みに寄り添えるメニュー（※2）を作りましょう。

お求めいただけそうなお客様の顔が沢山浮かんでいれば、間違いありません。

（※2）【具体例】乾燥肌にお悩みのお客様へは、うるおい訴求のスキモや炭酸泉EXがオススメです。プードルのお客様が多くボリューム不足やパサつきにお悩みの場合は、カシミアタッチがオススメです。



お客様の
来店頻度UP

3 お得感アリ！

キレイが続く♪回数券をご用意しましょう！

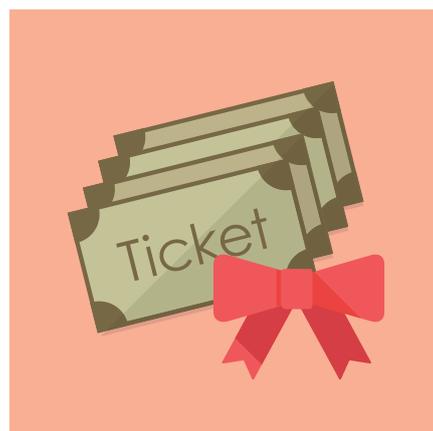
サロンもお客様もペットも嬉しい

年10回未満のお客様に、12回分の回数券（使用期限1年間）（※3）をご用意しましょう。

お客様は、回数券一括購入をし、お得感で満足していただけます。

訪問回数が増えるので、ペット自身もキレイが続き「三方よし」です。

（※3）【具体例】年10回利用のお客様の場合、年間65,000円（通常価格6,500円×10回（年間）=65,000円）。回数券を70,000円（12回分（年間）通常価格の場合78,000円）で購入いただくと5,000円の単価アップでお客様は8,000円お得です。



Summary

伝わらなきゃ意味がない

「料金改定」は準備と伝え方が大切

準備を念入りに

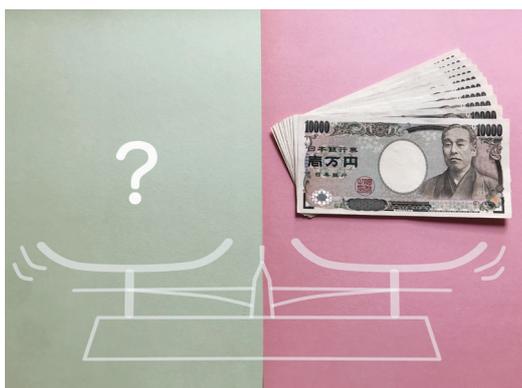
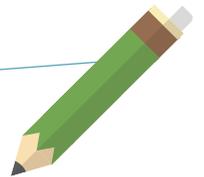
事前告知と、料金改定前に新サービスの体験をしていただくこと

しっかりとした「料金改定」理由のご説明と、お客様にとってより多くの価値提供ができることを伝えていく必要があります。事前告知と、価格改定前に新サービスの体験や初回割引をしていただくことをおすすめします。

顧客体験 これが、これからのマーケティングキーワードです。



「料金改定」をネガティブにとらえるのではなく、お客様の大切な家族により良い体験を提供するためと、ご提案してみてもいかがでしょうか



「料金改定」で押さえるべきポイント

どのような「料金改定」の方法を行っても絶対に押さえないといけないポイントがあります。

それは金額<価値提供でないといけないということです。誰だって、価値がなければ100円を払うのも惜しいですし、価値があれば1万円でも納得しますよね。

物販で売上アップ



トリミング料金に加えて売上に関わる物販(小売)に関する特集です。チャレンジする際、参考にしてください。

8割以上

飼い主様がお家で

シャンプーしたことがある



弊社の営業パートナーが出先でサロン様に物販のお話を伺うと、「家では洗わずにトリミングに来てくれている」「もつれるから家では洗ってほしくない」「ネットで買われるから」というお声をよく耳にします。しかし、実際に「自宅でシャンプーをしたことがある飼い主様は8割以上」という事実です。(弊社調べ)

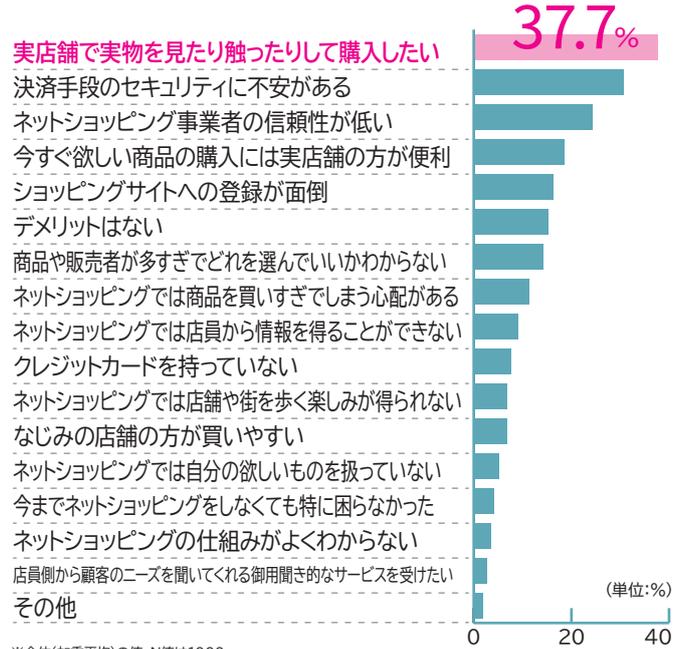
安さより便利さが人気の理由

総務省調査の「ネットショッピングを利用する理由やネットショッピングのメリット」では、「実店舗に出向かなくても買いたい物ができる」が「実店舗より安く買いたい物ができる」よりも上位の理由です。諦める前に、立ち止まって考えてください。トリミングサロンのお客様はワン(猫)ちゃんの受け渡しが必要ありますよね。実店舗に出向く(送迎でも必ず顔を合わせる)のが前提で、他業種に比べると恵まれた環境だと思いませんか？

本音は、実際に商品を見たり触ったりして知ってから購入したい

お家用シャンプーの種類をお客様から聞いて、「このワン(猫)ちゃんには合っていない・・・」と思ったことはありませんか？
飼い主様はかわいい家族の為に一生懸命調べて商品を購入しています。プロの貴方は、そのワン(猫)ちゃんに合ったシャンプーや正しい洗い方のアドバイスができます。
飼い主様の熱心な気持ちに寄り添いながら売上と信頼のアップが図れる物販について考えてみませんか？

ネットショッピングを利用しない理由やネットショッピングのデメリット



※全体(加重平均)の値。N値は1000。
(出典)総務省「IoT時代における新たなICTへの各国ユーザーの意識の分析等に関する調査研究(平成28年)」
(<https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/h28/html/nc132240.html>)を加工して日本のグラフを作成

実は・・・

- ・何年も来ていないお客様が大勢いるかも
- ・常連客の単価が低いかも

ヒトとお店がつながる サロン経営にデジタルを

準備段階のデータ入力に
時間がかかる



感覚や経験で判断されていませんか
正確に経営の数字を把握するには
膨大な時間と手間がかかる

最後にサロン経営のデジタル化に関してのお話をさせていただきます。
冒頭から①キャパオーバー②客単価を上げたい場合のヒントをご提案
しましたが、貴店では①②について正確に数字を把握されていますか？
多くのお店様が感覚や経験で判断されていることと思います。その感覚は、
大きくは外れていないと思います。しかし経営状態を、数字で把握することで
どのような施策を打つべきかが、迷わずに判断できるのではないのでしょうか。

サロン ネット フォー ペット
Salon de Net for Pet を使うと
～クラウド型経営サポートソフト～

施策を考えたり、トリミングに費やす 時間を創出できる

具体的には、どの曜日や時間帯に空きがあるかが分かるようになり、
空いている時間に予約を埋めることができます。
カルテの電子データ化により、お客様の情報が写真付きで管理でき、
即座に検索できます。また、美容予約が24時間いつでもできるので、
電話対応が不要になりサロンワークの効率化が図れます。
お客様の情報を分析することで貴店の課題がわかるようになり、迷わずに
解決策の検討ができます。
この機会に一歩踏み出してみませんか？



もう迷わない！



Check Point

指や爪を立てると皮膚を傷つけてしまう原因となる。
指の腹で優しくマッサージするように洗います。
顔を嫌がる場合、無理に洗わずタオル等を使い拭くようにし



事前に作った湯を遠見取っておちゃんの体をマッサージするように
指の腹で優しく洗っていきながら、優しくしつかりと洗っていきましょう。

はじめてのおうちシャンプー
Shampoo in your house



いぬ編



ねこ編



小売用商品との距離がグッと近くなる動画

飼い主様向け「はじめてのおうちシャンプー」動画をご用意いたしました。
QRコードを商品棚の横につけたり、LINEやInstagramで
キャンペーン内容と添えて貴店のお客様に共有してみたりしてください☆

キレイを応援!
こころ豊かなペットライフ



株式会社 ハートランド

TEL.075(594)3773 FAX.075(502)3005

ハートランド公式サイトでは様々な情報を発信しています。
是非一度お訪ねください。



発行:2022年3月