

# 増販増客ニュース

**不況無縁の増販増客、売上増！……その基本的ノウハウを、毎号お届けしております**

### 194号『増販増客ニュース』コンテンツ

- クーポンジブシーをご存知ですか? ..... 1/2
- 技術と接客 ..... 2/2
- 出会いに感謝し、いい関係性を保つ ..... 2/2
- お客様を休ませてあげる ..... 2/2

**100年に一度の不況でも、工夫次第でまだまだやれる！！**

## 365日、毎日がビジネスチャンス！ “攻め方”を知って効率よく売上アップ！ CTPTマーケティングで増販増客！

**全業種共通！**

1年で最も寒い季節、2月になりました。  
床暖房も普及し、「底冷えする」という言葉もだいぶ聞かなくなりましたが、外の寒さはやはり堪えますね。  
この一月を超えれば、春はすぐそこです。春には、消費も活発化します。備えあれば憂いなし、春に向けて、増販増客計画を考えましょう。

### クーポンジブシーをご存知ですか？

突然ですが、みなさん、「クーポンジブシー」という言葉をご存知ですか？  
美容室やネイルサロン等に来店されるお客様によく使われる言葉です。  
行きつけの店を持たず、情報誌などに掲載している初回割引クーポンを使って、初回のみ来店する人言います。再来店はしません。  
新規客に限り、初回のみ割安でサービスを受けることができるという設定が比較的多いため、こうしたお客様が生まれたのでしょう。  
新規客欲しさに、初回の価格設定をうんと安くしてしまうと、クーポンジブシーが増える原因となり、自店のファン化に繋がりません。  
クーポンジブシーと言われる人たちの中にも、本当に自分に合った美容師を探している人もいます。巡り会えずに、仕方なく美容院を転々としている人もいるということも念頭に置きましょう。



1月下旬から2月が、1年で最も寒い時期です。消費が最も冷える月ですが、バレンタインだけは賑わいます。スギ花粉が飛散しはじめる時期。春物の提案はこの時期に。お客様に春を楽しんでもらうため、総力をあげましょう。家庭での対策を提案。この時期の通販、宅配、家具の設置などは他の季節よりも重宝がられます。















3月は雛祭り、ホワイトデー、卒業、謝恩会、送別会、引越し、お彼岸(お墓参り)・・・など、飲食関連の行事が盛り沢山です。3月の準備は1月から。  
卒業、入学、進学、就職、引越し、結婚シーズン突入など、お祝い事が花盛りの季節。飲食店の周年フェアや、季節のご案内に比べると、数倍からヒトケタ高い反応を期待できます。



4月は入学、進学、就職、異動の時期。ビジネスや自治体関係者で、上得意のお客も異動するかもしれない時期。異動する人へ挨拶したり、新住所へ今までのご愛顧に感謝の御礼状を出す、新任の人を紹介してくれることが多々あります。  
4月は、お客様の入れ替わる時期。お客様をなくすだけにならないよう、積極的な対応を。

皆様のお役に立てれば幸いです  
〈 配信 〉  
**郡山増販情報センター**  
株式会社ヴィジョン・ナビゲート  
代表取締役 宮本道夫  
〒963-8022 福島県郡山市西ノ内2丁目10-16-301  
TEL 024-954-5885 FAX 024-954-5886  
ヴィジョンナビは㈱本宮会計センターのグループ企業です

1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
お正月 初詣 初荷 成人の日 新学期 	立春 節分 豆まき バレンタインデー 卒業旅行 卒業 春休み 	雛祭り ホワイトデー お彼岸 進級・進学 卒業 春休み 	エイプリルフール 就職・新学期 入園・入学 花見 ゴールデン・ウィーク 	こどもの日 母の日 運動会 修学旅行 	衣替え 父の日 梅雨入り ジュニアブレイド (結婚式・スズ) 	中元、七夕 梅雨明け 暑中見舞い 海・山開き 花火大会 	広島・長崎 終戦記念日 帰省・お盆 同窓会 夏休み・宿題 	防災の日 敬老の日 秋の七草・月見 お墓まいり 台風 秋の遠足・運動会 	体育の日 ハロウィン 中間テスト 紅葉狩り 秋祭り 学園祭 	文化の日 七五三 勤労感謝の日 西の市 文化祭 学園祭 	御歳暮 忘年会 大掃除 クリスマス 大晦日 歳末助け合い 

年間の増販増客カレンダーを常に念頭に置きましょう

## 技術と接客

美容室は、直接お客様の髪の毛や地肌に触れる接客業です。みなさんはお友達やご両親の髪の毛や地肌に最近いつ触れましたか？地肌になんて触ったことない！とおっしゃる方が多いでしょう。特に男性なら、なおさらです。

これほど近い関係の人にも滅多に触れることのない髪の毛や地肌を赤の他人に触られ、大切な髪の毛を切られることで自分の印象も大きく変化するので、大きな信頼が必要となります。

とは言え、カットの間、ずっとおしゃべりをするような人は気疲れしてしまう、という人ももちろんいます。あまりお話をしない、という接客法を好む方が多いのも現実です。

美容師やネイリストは、技術を磨くことはもちろん、接客のさじ加減が難しいですね。

## 出合いに感謝し、いい関係性を保つ

そもそも、なぜ美容室を頻繁に変える人が増えてしまうのか。

お客様は、せっかく巡り会えた美容師やネイリストといつまでも良い関係性を保ちたいので、仕上がった髪型がイマイチでも「いい感じね」としか言えない場合があります。

また、シャンプーなどを勧められて、断れずに購入してしまうケースもあります。まったく希望していないのに、パーマをかけられてしまうこともあります。悲しいかな、本当に断れない人がいるのです。みなさんはどうですか？

皆様のお役に立てれば幸いです

〈 配信 〉

## 郡山増販情報センター

株式会社ヴィジョン・ナビゲート

代表取締役 宮本道夫

〒963-8022 福島県郡山市西ノ内2丁目10-16-301

TEL 024-954-5885 FAX 024-954-5886

ヴィジョンナビは㈱本宮会計センターのグループ企業です

美容師は美容師で、売上を上げたい、自分のファンになってほしいということで、得意客に少し無理をさせてしまうことがあります。

これが原因です。

毎月毎月、シャンプーを購入してください、トリートメントをもっといいものに変えましょう、ヘッドスパをやりましょう、とお願いばかりしているとお客様は疲弊してしまいます。

せっかく自分の思いが通じる技術の良い美容師に巡り合ったのに、今月は何を買わされるのだろう……と不安になり、足が遠のいてしまいます。

断るのが苦手なお客様は、美容室を変えるしかないのです。

## お客様を休ませてあげる

常連さんが来なくなった、3回くらい来てた人がめっきり来なくなった、など心当たりがある場合は、お金をいつもより多く使っていただいた次の月には、提案を全くしないなど、お客様を休ませてあげることが肝心です。

売上が気になるのはもちろんわかります。ですが、目先の売上に気を揉んで、一生のお客様を何人も失っていたら、また一から初回クーポンで新規客を獲得するしかないのです。

初回からヘッドスパも、トリートメントも、シャンプー購入もお金を使ってくれる人は、なかなかいません。信頼関係から生まれ、購入に至っているということを忘れないようにしましょう。

美容室の事例を挙げましたが、飲食店、衣料品販売、歯科医院、システム販売、知的サービス業と、すべての業種に言えることです。ロイヤルカスタマーだからこそ、押し売りの継続は避け、お客様を休ませ、お客様から「あれ欲しい」と言われたら提案する月を持ちましょう。

JMMO主宰 企画塾代表 高橋憲行の連載です

『企画書の「基本」が身につく本』(学研パブリッシング)を始め、企画・マーケティングで100冊以上の著書。多数の成功事例などを下記HPにも紹介。  
企画塾ホームページ<<http://www.kjnet.co.jp>>