店販商品を売るために美容師になったんじゃない!!

お客さまが求める情報の「機会損失」大切なのは提案力!

最近、多くのサロンで起こっていること

オーナーや店長からは店販商品を売るように指導される、でも…

「店販商品を売ろう、売ろうと思うと、押し売りになっていないか気になってしまう…」

「こんな高い商品をお客さまは欲しいと思っていないかもしれない…」

「店販をおススメして、そのあと失客してしまうくらいなら、このことには触れずに、次回来てもらうように努力したほうがいい…」など店販に対してこのような声をサロンの現場からよく耳にします。

客さまは、商品を買いに来ているのではない!

結論から言うと、お客さまは店販商品を買いにサロンに来ているわけではありません。お客さまが求めているものは、ヘアスタイルを含めた、美容師さんから提供される「美容に関する情報を買い」に来ているのです。そして、美容師さんも店販商品を売るために美容師になったわけではないですよね。

お客さまに「ヘアスタイルだけ」を売ってはいないでしょうか?

美容師さんは、お客さまそれぞれに合った、ヘアスタイルも含めた美容に関する「価値ある情報」を売ることが美容のプロとしての仕事ではないでしょうか?

お客さまにとって価値ある情報とは

そもそも、店販が売れないと言う美容師さんは、「本当にお客さまのために」、「お客さまにとって価値のある情報」を持っている美容師さんであるという自信はあるのでしょうか?サロンにある全ての商品のことを深く理解しているでしょうか?

世の中は、ネット社会になり、情報は溢れ、たくさんの美容情報誌が本屋に並び、お客さまも知識、情報を直ぐに手に入れることができる状況になっている中で、美容師として、「美のプロ」として、常に最新の情報を手に入れているのでしょうか?

インプットした(学んだ)ことは、人間はアウトプット(話を)したくなります。

インプットしたことが話したくならない、店販商品も含めた美の情報や提案をお客さまに対して話さないということは、自分の価値を下げてしまっていることとイコールです。そして自分の提案力、自信の無さは勉強不足(インプット不足)の可能性があります。自信がないのは、自分の価値を高める、有益な価値ある情報の「知識武装」をしていないからではないでしょうか?

美容師という仕事は、ホームケアから提案することで、ヘアスタイルに悩み、どうしても思ったようなスタイルにたどり着けないお客さまの悩みを解消できる唯一の職業なのです。お客さまは美容師さんが思っている以上に、「有益な美容の情報」を欲しがっています。

ドゥカウンセリングセンター代表
心理カウンセラー
奥園清香

Profile

教育関係・福祉関係のカウンセリングや講師活動を行うとともに、サロン経営者の人的資源経営をサポートする活動も行っている。
働くスタッフのモチベーションやリーダーシップ能力・自律と自立する力を上げ、従業員満足度・顧客満足度を高めることをモットーに、サロン・美容関連企業にて心理学を応用したコミュニケーション、接客、カウンセリングなどの講演、講習を行っている。2013年に発足した美容師のがん患者さんをサポートする団体リボネットの理事を務めている。

選択をするのはお客さま

買わないと思うから話さないではなく、購入するかどうかはお客さまの問題で、情報をお客さまに伝えるか、伝えないかは美容師さんの美のプロとしての意識の問題です。美のプロとして、情報をお客さまに伝える一つのプロセスを飛ばしていることになるのです。これは大きな「機会損失」です。お客さまに美の情報を伝えることは、あなたの髪、頭皮、ヘアスタイルのことを考え、提案しているというアピールポイントになるからです。買わないと言っているお客さまに対して毎回、毎回、商品の説明をするのは、お客さまにとって不快で、美容師さんも疲れてしまいますよね。お客さまにとってこの商品が一番適していることを伝え、お客さまが購入しなければ、カルテに商品名を記入して購入しなかったことを書いておけば、その商品を二度とおススメしなくて良くなります。そして、このお客さまにはこの商品は購入して頂けなかったという「有益な情報」を得ることができます。

客さまから見た店販商品とは

お客さまが、店販商品を購入する心理は、海外でいう「チップ」のようなものなのです。日本ではチップ制度が無いので、その代わりに店販商品を購入していただけます。

「スタイリストに好感を持ったり」、「アシスタントがカワイイ」、「一生懸命に説明をしてくれる」、「自分のことをこんなに考えてくれている」という動機から「つ購入していこうかしら?と思うF2、F3層(35歳以上の女性層)も多くいます。

重要なのは、お客さまとの信頼関係

お客さまは、自分のことを分かってくれている人からのアドバイスなら必ず受け入れます。

お客さまは、信頼している人からおススメされたものは、購入します。

お客さまとのいかに信頼関係を築けるかということがもっとも重要なのです。

例えば、病院に行き、医師から自分の身体の状態を聴き、納得した上で、薬を処方された際、処方箋薬局で、その薬を受け取るはずです。その薬を飲み続けるかは、本人の判断だったとしても、医師という「立場」と「信頼」から、「薬」を素直に購入しているのです。

美容師さんは、髪のドクターであるという自覚と責任があれば、信頼関係を築きながら、お客さまの髪を健康に守るため、美しく保ってもらうために、商品を処方すべきだと思うのです。美容師さんにとっての店販商品の売上は自分がお客さまから「信頼されている・支持されている」バロメーターなのです。

モノには記憶がある

お客さまは、モノを見て、あなた(美容師さん)のことを思い出します。ご自宅まで購入した商品を連れて行っていただくことは、自分をお客さまの自宅のバスルームまで連れて行ってもらえるということなのです。

そのシャンプーが無くなった時、「そろそろ、あなたに会いに行こう」と思ってもらえる信頼関係を店販商品を通して構築してみましょう。

seminar information

サロンオーナー、経営者、マネージャー、幹部、店長は無料で見学いただけます。

奥園清香 心理学セミナーのお知らせ

お客さまの心理を理解するために活用できるコミュニケーション技術を伝える体感型【ロールプレイングスタイル】のセミナーです。美容師さんにとって必要なコミュニケーション能力を心理学を応用したセミナーで身につけることによって普段のサロンワークを変化させてみませんか?

セミナー内容

Aセミナー “店販商品で美容師のバリュー(価値)を上げる”心理学セミナー

Bセミナー “売上UPのために必要なスタイリスト力UP”心理学セミナー

日時 2月3日(月)・3月3日(月)

第1部10:00〜13:00　Aセミナー
第2部14:00〜17:00　Bセミナー
受付開始は、セミナー開始時間の15分前になります。

※両日とも同じ内容を行います。
同日に、A、Bセミナー続けてのセミナー受講可能です。
2日間で、A、Bセミナー受講も可能です。A、Bどちらか一つの受講も可能です。

開催場所

2月3日・会場/ プライムセントラルタワー
名古屋駅1番出口より徒歩4分

3月3日・会場/ ウィンクあいち
JR名古屋駅桜通口からミッドランドスクエア方面徒歩5分

◎各セミナー40名限定(定員になり次第締切)

料金　1セミナー受講の場合　3,990円(税込)
　　2セミナーA.B両方受講の場合　7,350円(税込)

お問い合わせ　株式会社ブロード企画社
mail:info@broad-planning.com
tel:052-243-6377
fax:052-243-6378
HP: http://broad-planning.com/