

サロンでの気づき

サロンを訪問させて頂き、気づいたこと、聞いたことなど、お伝えしたいと思います。何かお役に立てれば嬉しいです。

我家のリビングから見える紅く色づいた花水木の葉が、秋の日差しに照らされてとても綺麗です。



今年もあつと言う間で、残り2ヶ月になりました。

今年の冬は例年より寒くなるとの予想です。北海道では平年より20日以上早く雪が降ったようです。

この標識がわかりますか？



酪農をしている次女から送られてきた牛の横断注意の標識です。

最近サロンの先生方から1,000円カットのお店に自店のお客様が行った話を聞きますが、確かにどの地域においても低料金のサロンが増えています。

低料金サロンはカット10分1,000円、カット20分2,000円、パーマもカラーも行ないます、などいろいろな形態が出てきています。

現在多くのサロン様が4,000円～5,000円のカット料金を頂いていますが、お客様に低料金サロンとの違いをはつきりと感じていただかなくてはなりません。

そこで、サロンの先生から、『全員でお客様に自店のこだわりをやり続け、言い続けること』『忙しい時も暇な時もサービスと生産性アップのために施術時間のスピードアップを図ること』など、いろんな取り組みをお聞きします。

そこで、真の価値を創造している企業トップの記事を二つほどご紹介させて頂きます。

一つ目は、

『スタバはなぜ値下げやテレビCMをしない？高いブランド力構築の戦略を元CEOに聞く』

カネボウ化粧品の白斑事件、みずほ銀行の暴力団融資事件など、一瞬にして企業ブランドを毀損しかねない事件が相次いでいる。

その一方で、高価格にもかかわらず多くのリピート客を惹き付ける高いブランド力を持つ企業も数多く存在する。こうした企業のひとつとしてよく挙げられるのが、9月に国内1000店舗を達成し、増収が続き業績も好調なスターバックスコーヒー(以下、スタバ)だ。

そんなスタバがリーマンショックを受け業績低迷に苦しむ2009年に、同社CEOに就任しブランド構築と躍進のきっかけを築いたのが、岩田松雄氏だ。(中略)



スタバの場合でいえば、ブランドを伝える一番の手段は店舗です。つまり、ブランドは本来、その企業や個人の志がじみてくるもの、つまりミッションを愚直にやることでそれがじみ出し、多くの人々に自然と浸透し、ブランドになるわけですね。

また、ブランドにはお客様も含まれていると思っています。スタバの店舗では、あるお客様が自分の荷物が他のお客様の邪魔になっていると気づけば自然と荷物をどける、そういう“空気”があります。つまり、スタバに来るお客様は、他のお客様に気を配れるお客様だということですね。スタバには、そういうイメージがありますよね。

こういうことすべてが、ブランドをつくっているわけです。だから、スタバにとっては、マスメディアを使ったブランド構築はあまり意味がないと思います。

--スタバの商品が若干価格は高めで値下げしない理由も、ブランド維持にあるのでしょうか？

岩田 自分たちが提供する商品やサービスを心から誇りを持ち、お客様に自信を持っておすすめできるのか？そこからブランドづくりは始まります。

特に08年のリーマンショック後は「スタバのコーヒーは高い」と風当たりが強かつたわけです。



でも、ブランドというのは、お客様とのある種の約束だと私は考えています。「いついかなるときも、おいしいコーヒーを出す」「いい店舗環境である」「いつも笑顔で」というお客様との契約です。これはスタバのどの店舗でも同じです。だから、スタバに対してブランドは成り立っているわけですね。その契約の中には、価格も含まれていると思っています。だから、昨日までの値段と明日からの値段が違っていたら、それは約束を守っていないことになります。(中略)

それから、スタバでも、業績が回復して利益が出たときに、ディスカウントではなく、別のかたちでお客様に還元しました。

例えばパソコンの電源。コンセントを使えるようにすると、お客様は電源コードを持ってきて滞在時間が長くなるので困るという意見もありましたが、それでお客様の満足度が上がるならいいと考え、電源を使える店舗を広げました。また、混んでいて座れないことが多いということで、カウンター席をつくるとか、いすを動かして席をアレンジできるようにしました。2人席を1人で使えば半分の人数ですが、それを動かせれば何人でも対応できるわけですね。またいち早くWi-Fi化を進めました。

ディスカウントではなく、今以上のサービスを提供するための投資をすることにしたわけです。

(以上、ビジネスジャーナルより)

もう一つは、売上が16年連続マイナス、業界の統売上が九兆円から六兆円に下落したとか、ネガティブな情報ばかり取り上げられる百貨店業界の中で売上を10%伸ばしている三越伊勢丹新宿本店を陣頭指揮する大西 洋社長の対談記事より。

早川 パイの取り合いというのは相対の競争なんですね。そして百貨店によってはいまもコストを下げるという形で効率性を追求し、デフレを招くような売り方をしているところもあります。



そういう中で大西さんが新しい顧客ニーズを創造していく姿勢で、常に絶対の競争を目指して経営されていることは素晴らしいと思います。私は先代の武藤さんの生前に随分いろんなことを教わりましたが、彼はお客様に満足して頂くレベルから、期待を上回る価値を提供していただくレベルを目指すとおっしゃっていました。ブランドの創造とはお客様の感動体験の創造だと伺って、私は深い感銘を受けたわけです。

そして大西さんが手掛けた伊勢丹新宿本店の改装というのは、商品を単品で提供するのではなく、新しい空間で新しい価値を提供していくこと。まさに武藤さんのおっしゃった感動体験の創造を実現するための試みだったと思うわけです。

慶應大学名誉教授でマーケティングの大家である井関利明先生はこの伊勢丹新宿本店の改装を評価して、生活というのは多様なものの組み合わせでできている連結関連態であり、生活の背景、文脈であると説いておられます。



人々の生活は決して衣料品だけ、食料品だけで成り立っているわけではない。そこで新装の伊勢丹新宿本店では遊びの情報を提供したり、買い物の途中でお茶を飲めるようなスペースを設けたり、そうした様々な関連情報を含めて新しい生活場面・背景をつくろうとしたのではないかと。私も全くそのとおりだと思うんです。

大西 やはり環境とか空間というのはお客様のライフスタイルにあっては物凄く大事で、新宿本店のリニューアルに当たっても、とりわけ建物に入った時の感覚は第一優先で考えました。

そのために商品の展開量を12%くらい減らしたことご批判もいただきましたが、我われが目指したのは、お客様に新しいライフスタイルを豊かな気分で感じていただける空間をつくることでした。結果的に半年経って、売り上げはリニューアル前より10%伸びたのです。

早川 それは素晴らしいですね。

大西 私どもとしては、お客様にただ苦情もなくお帰りいただけでなく、本当にこの店に来てよかったです。



もっといえば、生きていてよかったと感動していただき、またこの店へ来たいと熱望していただけるところまでやらなければならないという思いがあります。そのため重視したことの一つが空間づくりだったのです。....

(以上、致知11月号より)

今、美容業界は、来店サイクルの伸び、人口減、オーバーストアの中、とても険しい環境にあり、その中で料金を下げたり、コストを下げていくことは直ぐにできますが、価値を高めることは大変な努力がいります。でもチャレンジに行くこそが美容という仕事の楽しさに繋がるものだと思います。

続いては、今月のおすすめの一冊ですが、いつもの山の素敵なお屋さんに紹介いただいた本です。



山本兼一著
『命もいらず名もいらず』



幕府旗本の家に生まれた山岡鉄舟。千葉周作に剣を学び、禅、書の修行に励む。日本をこれからどうするか。変えていくのは自分だー。幕末・動乱の世を、無私の心で駆け抜ける! 最後のサムライの草々たる人生を描く。

先月ご紹介させて頂いた『永遠の○』とても良かったです。
戦争のない平和な時代に生れてきたことに感謝です。

この本をお求めになりたい方はお申し付け下さい。商品と一緒に届けさせていただきます。

※お届けまでに少し時間がかかることがあります。ご了承下さいませ。

致知出版から携帯電話に毎日送られてくる致知『一日一言』はきょう一日の大きな活力源になります。登録してみてはいかがでしょうか。

致知 読者限定

**「致知」
おかみさん便り**

致知出版社のおかみさんこと、お客様係・小笠原節子より、季節のお便りやお得情報を配信中!

このイラストが
目印です!

致知おかみさん で 検索

ユーザー名「okami」
パスワード「okami」でログイン

書籍化もされました

**致知出版社の
「人間力メルマガ」**

読者数4万6,000人突破!
『致知』に掲載された記事の中から、あなたをやる気にする言葉や、感動のエピソードが毎日届きます。

人間力メルマガ で 検索

携帯メルマガ

**「致知」一日一言
言葉のエネルギー**

あなたのケータイに毎朝配信!
『致知』でご紹介した記事の中から、きょう一日の活力源となる選りすぐりの名言を配信します。

QRコードはこち
QRコードはこち

致知携帯メルマガ で 検索

ファン数1万3,000人突破!

**致知出版社の
公式フェイスブック**

いいね! を今すぐクリック
大好評「3分で読める感動する話」の他、一日一言、過去の人気記事、話題の書籍やイベント情報など、人間力を高める様々な情報を配信中。

致知フェイスブック で 検索

最近送られてきた七言をご紹介させて頂きます。

勝つためには心が8割、技が2割、体はゼロ

白鵬 翔(第69代横綱)

微差、僅差の積み重ねが遂には絶対差となる

鍵山秀三郎(イエローハット創業者)

小さなことを積み重ねることが、とんでもないところへ行くただ一つの道

イチロー(ニューヨーク・ヤンキース)

一日は感謝で始まり、感謝で終わる

山本富士子(女優)

いまあなたにできることはなんですか？ それを積み重ねていきなさい

鳥濱トメ(特攻の母)

今が始まり、今日が始まり。

今日を悔いなく生きていれば、何があっても怖くない

マサコ・ムトー(88歳でデビューの豆紙人形制作者／画家)

ある人が飛躍して才能を発揮する時には、皆が寝ている時にその人は寝ていなかつた

黒柳徹子さんがあるイギリス人から教わった言葉