

サロンでの気づき

サロンを訪問させて頂き、気づかせていただいたこと、お聞かせいただいたことなどをお伝えさせていただきます。何かお役に立てれば嬉しいです。

東北関東大震災がおきて一週間になります。このところ真冬のような寒い日が続いています。夜中に布団がはだけて、寒さで目が覚めると、底冷えのする避難所で寒さに耐えている被災者のことを思い出します。

暖かい布団の中で寝れること、普段は感じたことのない何でもないことに難さを感じます。被災されました皆様には心よりお見舞いを申し上げます。



さて、当社では、3月9日社内木鶏会をはじめましたのでご紹介させていただきます。

この勉強会の目的は大人(だいじん)になることです。「だいじん」とは、徳の高い人、度量のある人という意味です。学びには、

人間学と時務学(ノウハウ、技術、知識)があり、これは本学と末学とも言うそうです。

両方とも大切ですが、末学だけだと過去の歴史の中で、長く続いたことがないそうです。

本学がしっかりとした幹になっていけば、末学も生きてくるそうです。

社員全員が人を磨いて良い風上の会社にして行きたいと思えます。



勉強会の内容を簡単に説明すると

①四人一組のグループに分かれ、その中からリーダーを決めます。

②「たにぐちだより」でよく引用させていただいている月刊致知(ちち)の中からテーマにした記事を読んで、事前にまとめてきた「感じたこと」「仕事、人生にどう活かすか」をリーダーから発表します。

③その発表に対し、他の人が良かった点、気づかされた点など、コメントを入れていき、順番に全員が発表していきます。

※ルールは一つ、決して人の話を否定をしてはいけないということです。美点を見ること。

※人の発表が終わったら拍手をする。

④グループ内での発表が終わったら、リーダーは自分のグループの中で今日感じたことを全員の前で発表します。

⑤最後にリーダーが自分のグループの中で一番良かったと思う人を選んで全員の前で発表してもらいます。

こんな流れですすすめていきます。

第一回目を終わって、普段は上下関係にあったり、仕事のことではよく話をしますが、家族とのかかわり、生き甲斐や価値観など、普段とは違った立場、視点で話ができ、少しですが、社員同士の相互理解ができたのではないかと思います。

ひと月に一時間の社内木鶏会続けていきたいと思えます。



69連勝の双葉山が残した言葉

次に、サロンオーナーとの話を紹介させていただきます。

●一つ目は凡事徹底です。

オーナー:「あたり前のことをあたり前にできているかが大切だと思います。」

営業:「あたり前のことって何ですか?」

オーナー:「自分のお店に来られているお客様が友達に「〇〇ってどんなお店?」って聞かれた時に、直ぐに「髪をきれいにしてくれるお店よ」と答えてくれるかだと思えます。自分がお店をやっている目的をサロンスタッフ全員でお客様に提供できていること。これが、凡事徹底ができていることだと思えます。」

●もう一つは、素を出すこと。

オーナー:お客様は以前に比べて、本物の高いサービスを求めておられます。本当にご満足いただくことは大変ですが、「素を出して、目の前のお客様に一所懸命あたれば必ず道は開けます。」



第一回目の社内木鶏会は致知出版社の今井専務様にお手伝いいただきました。その時にいただいた一枚のプリントをご紹介します。

一つは木鶏の出典です。木鶏(もっけい)とは、莊子(達生篇)に収められている故事に由来する言葉で、木彫りの

鶏のように全く動じない闘鶏における最強の状態をさします。

もう一つは致知出版社が朝礼で唱和されている「青春の条件」です。

木もっけい 鶏けい

出典 莊子・外篇 第十九 達成篇十一

紀惜子(きせいし)という闘鶏飼いの名人が、王から一羽の闘鶏の訓練を仰せつかった。

十日も経ったころ、王が様子を見に来た。

「どうだ、もうそろそろ使えるのではないかな」

すると紀惜子はこう答えた。

「いやまだでございます。今はやみくもに殺気だつて、空威張りしております。」

それから十日経って王がたずねると、

「いやまだでございます。他の鶏の鳴き声を聞いたり、気配を感じたりすると、興奮するところがあります。」

また十日経って王がたずねると、

「いやまだでございます。他の鶏をみると、にらみつけ、いきり立ちます。」

さらに十日たつて王がたずねると、今度はこう答えた。

「もうよろしゅうございましょう。そばで他の鶏がいくら鳴いても挑んでも、いっこう動ずる気配もなく、まるで木鶏のようにはみえます。これこそ徳が充実した証拠です。」

こうなればしめたもの、どんな鶏でもかないつこありません。姿を見ただけで逃げ出してしまおうでしょう。」

右記の故事で莊子は道に則した人物の隠喩として木鶏を描いており、真人(道を体得した人物)は他者に惑わされること無く、鎮座しているだけで衆人の範となるとしている。

『青春の条件』

一、まだ叶えられない大きな夢を持っているか。

一、新しいことに大きな好奇心はあるか。

一、危険を承知で冒険する勇氣があるか。

一、変化をおもしろいと感じているか。

一、先頭に立って行動しているか。

一、自分の考えをはっきり言っているか。

意見を求められ「どちらでもいい、わからない、同じです」

そういうことを言っていないか。

一、いかなる時もプラス思考を持っているか。

一、行動にスピードはあるか。

一、目は輝いているか。

一、ビンビン響く声は出るか。

一、いい笑顔が出来るか。

『致知』2004年7月号 連載「三農七陶」より
熊本・阿蘇の外輪山中で静かに陶器づくりと
農業を営む北川八郎さんの心に残るお話をご紹介します。

「美容室の天使」 北川八郎(陶芸家)

四月は三越での個展もあって
東京滞在一か月近くになった。

その間たくさんの人々と出会った。
たくさんの方々にお世話になった。
そしてたくさんの生き方を見た。

その人たちの中に天職を得て
(本人はそう思っていないかもしれないが)、
天使になった人たちがいるので紹介したい。

先日、武蔵野の吉祥寺にある
ラッセルという美容院に招かれた。
そこで働く美容師さんたちが皆、実に仲がいい。
笑顔がヒマワリのような。

そこに一人の天使がいる。

顔の丸い、笑顔の素晴らしい青年だ。
何か生き生きとしている。

その彼、西村君は幼い頃から、
いつもワントempo遅れるので成績もいまいちだった。

仕事に就いても上手でないために叱られてばかりいた。
しかし、一つだけ素晴らしい性質を持っていた。
それは素直さだった。

美容室の採用試験の時、経営トップだった大野さんが面接し、
彼のヤンキーな衣装のひどさにかわいそうになり、
つい一言忠告した。

「君ね。その言葉遣いと、そんな服装では、
あなたをどこの会社も採用してくれないよ。
ウン！ スン！ と返事をしないでハイに直し、
背広に身を包んできなさい」

と言われ、二日後人から借りた寸足らずの背広で
態度も変えて、再度面接を受けたのである。

その日は大野さんは出張で、
オーナーの日向さんが受け持ったため合格してしまった。

後で知った大野さんは苦虫をかみつぶした顔で
オーナーに迫った。

日向さんは

「いろんな人がいたほうがいい。
彼のいかにも借り物と分かる背広姿が
私の心を打ったの」。

日向さんの見込み通り、西村君は天使になった。

彼は人から何を言われても美容師という仕事が好きな上、
先輩から「へタ、遅い」と言われても、
それを苦にとらず、早く仕事をする工夫や、
どうしたら、例えばクシ洗いも
きれいに仕上がるか丁寧に見直した。

そのおかげでささいな作業でも誰よりも速く丁寧に、
きれいにできるようになった。

自分の苦手なカールという仕事などは上手な先輩に譲り、
傍で見学した。

いろいろな先輩の苦情もやわらかく受け止め、
素直に仕事を工夫していったのである。

いまではそれが生き方になり、その会社において
「なくてはならない存在」になってしまったという。
日向さんから「彼なくして会社はまわらない」とまで信頼され、
新人たちの鑑になり、しかも指導者の一人に選ばれ、
尊敬されている。

大野さんも「実にいい顔になった。私が恥ずかしいくらいです」
と言われる。

素直とはなんと素晴らしい性質だろう。
笑顔で周囲を救い始めたのである。

(略)

私の二十代、三十代の頃、
大野さんたちのように、人のために祈り、
人のために人生を尽くそうとしたらどうか。

過去を消せる消しゴムがあったなら、
あれこれの汚れを消したい思いで一杯だ。
天使たちは皆笑顔がすばらしく、やさしい目をしている。

以上

いつも素直な気持ちで、そして、どんな人に対しても相手
のことを思って接して行けるようになりたいものです。

4月のヘアケアアドバイス

★店販比率20%

お客様の心に助走をつけ、無理なく店販が売れていくトークをご紹介します。

■お客様が必要とする情報を引き出す

どんなによい商材でも、今日の前にいるお客様に必要なかどうかはわかりません。まずそれを確認しなければなりません。カウンセリング中でも、カット中の世間話でもいいので、さりげなく始めて下さい。

1 「〇〇さん、普段髪の毛や地肌で気になっていることはありますか？」

「気になっていること」からそのお客様の「必要なこと」を手繰り寄せる。

お客様(以下、客)「パサついちゃって、ちょっとゴワゴワになってくるんです。サロンでトリートメントしてもらったあと、1週間くらいは状態がいいのですが…」

2 「どんなときに不快に思いますか？」

具体的なイメージから負の要素を強め、「必要なこと」をより大きくする。

ス、「そうですね、パサパサ、ゴワゴワするのは、気分よくありませんね。そのパサパサ、ゴワゴワはどんなときに一番イヤだなと感じますか？」

客「そうですね。やっぱり髪の毛をとかしているときかな。ブラシが引っかかると、髪の毛も切れちゃうし、抜けちゃったりするし。キーン!って思っちゃいますね(笑)」

3 「もし、それが治るとしたら興味ありますか？」

「必要なこと」を満たす商材を紹介すると関心を示す。

ス「なるほど、髪をとかしているときにそんな状態だったらイヤになりますよね。〇〇さん、もし、そのパサつきが治るとしたら興味ありますか？」

客「え?それはちょっと興味あるかな」

いかがでしょうか。このお客様は「パサついて、ゴワゴワする髪を何とかしたい」と思っているの、それが治る商品・施術に興味がある。つまり「必要な情報」として浮かび上がってくるのです。

ここまでの会話ではいくつかのポイントがあります。まず、何を必要としているのか、お客様が「気になっていること」から手繰り寄せている点です。パサつくとか、ハリコシがないとか頭皮が荒れているとか、そういった負の要素には、治したいという必要性があります。

■負の要素を解消する＝お買い上げ

次に、どういう場面で一番不快に思うか具体的にイメージしてもらい、負の要素を高め、お客様のなかの「必要度」を上昇させるのです。

そして間髪いれずに、その負の要素がもし解消できるとしたら関心があるか、尋ねている点も注目してください。この「もし」が重要なキー・ワードです。イヤだな、何とかしたいなど気持ちが高まっていますから、ほとんどの場合関心を示すはずですが。逆にお客様が「興味がない」と言ったら、売り込みと思われて警戒されています。その場合にはおススメをストップし、退いてください。それ以上はお客様の拒否反応を強めるだけです。

お客様が関心や興味を示したら、次のようにつづけます。ス「このアウトバストリートメントで、パサつきやゴワツキが抑えられるんですよ。今日お試しになりますか？」

客「じゃあ、お願いします」

実際に商材の効果を、お客様に試してもらう。お試しは無料でも有料でも構いませんが、有料であればお客様がためられない金額を設定するとよいと思います。

このタイミングでも商品の説明をせず、お客様にとって効果があるかを試してもらうだけです。どのメーカーの商品で、どんな成分が含まれているかはお客様には必要な情報でないからです。

試してもらって、お客様がその効果を実感すれば、ほぼ間違いなくその商品をお買い上げになります。そしてあなたにこう言うと思います。「私の悩みを解消するものを紹介してくれて、ありがとう」と。

重要なポイントが一つあります。この会話の流れで購入まで導くためには、商品力がある程度あり、その場で効果を実感できることが大前提となります。ですから、効果がすぐに実感できる、良い商材を吟味してください。

(磯見 直輝氏の記事より)

ぜひ、このトークを実践してみてください。