

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。

○内に目を向ける

今年、最後の「たにぐちだより」となります。一年間サロン様を訪問させていただき、いろんなことに気づかせて頂きありがとうございました。

今年一年を振り返ってみると、言うまでもなく、社会は非常に厳しい不況下にあり、ほとんどの業種で前年割れの状況が続いております。

しかし、美容室にとって、外的要因(景気の悪化)の影響が大きいかもしれませんが、この様な時こそ、内的要因、社内、自分自身に目を向けなくてはならないと思います。今の時期は社内の体制に目を向ける絶好の機会だと思います。

事実、この様な不況下の中であって、安定的な経営をされておられるサロン様がございますが、社内体制がしっかりしています。

例えば、

- お店の方針がしっかりしていて、いろんな情報に振り回されず、信念を持って経営されておられます。
- 何のために経営しているのか、信念を「経営方針書」として文章化しておられます。
- オーナーが会社で一番情熱を持って働いている。(人は後ろ姿を見て育ちます。あるオーナーは店を出した時から、「社員を敵と思え」これは自分に厳しくという意味だそうです)
- 社員とのコミュニケーションの時間を定期的にとっている。
- 物事を考える時、常に「私がお客様だったらどう思うのか」「本当にうれしい」のかと、常に「お客様の立場にたって」考えておられます。

○リーダーの人格を磨く

「日本で一番大切にしたい会社」という本が30万部以上売れていますが、その中に書かれていることをご紹介します。

「人に優しい会社を目指さない」と言われています。

「社員のモチベーションの高い会社と低い会社との違いを3年間比較で調べてみると」結論は「リーダーの人格」だったそうです。経営者や上司の信頼が薄れた時にもっともモチベーションが低下することが判明したそうです。

どんな制度をつくるかではなく、どんなリーダーなのかが大事ということが書かれています。

そこで、リーダーの人格を磨くのに、魔法の書として「経営方針書」をつくることをおすすめします。

そして、トップが先頭に立って、実践していくことが、社員のモチベーションを高めることにつながり、どこのサロンも追従できない安定した経営につながるものと思います。

美容室は、人の差別化により、商品の価値をあげるべきだと思います。

○コミュニティーづくり

今年一年間、サロン様からいろんな成功事例を教えていただきましたが、来年度は、その成功事例をお互いに情報交換して頂けるコミュニティーの場をつくって行きたいと思います。

このお店はカラー客が多い→お客様に自店のカラーの違いをいつもお話している。この店は、店販が強い→商品のディスプレイに商品説明がわかりやすく書いてある、店販の必要性をスタッフさん全員が感じている。など、結果につながる行動がサロンの中で展開されており、お客様にはっきりと伝わっていることがわかります。決して特別なことをやっているわけではありません。自分たちが大切に思うことをやっているだけです。少し違った角度から他店の良いところをまねてみたら良いと思います。ぜひ、ご参加ください。

○お手本を示す

来年度、当社は、まず、凡事が徹底できる会社になること、そして、サロン様とのコミュニケーションを深め、当社が、サロン様の手本と思われる、情熱を持った行動をとって行き、サロン様に元気を提供して行ける会社にして行きたいと思います。

もう一つは、創業以来掲げております「自然な艶、新鮮なスプリング、豊かなフィーリング」のある髪づくりのお手伝いを通じ、サロン様のお役に立てるよう頑張ってまいります。

今年一年本当にありがとうございました。心からお礼を申し上げます。寒さが厳しくなって参りましたが、健康に留意され、素晴らしい新年をお迎え下さいませ。