

マーケティングはサロン運営最強の矛！(その1) 圧倒的な独自の売りUSPと 生涯顧客価値を理解する

勝ち組、負け組がはっきり分かれ競争が激化しているエステ市場で500店舗以上の運営コンサル、300店舗以上の開業サポートを経験している三原孔明代表取締役が、サロン運営の体制、集客、教育などの観点からノウハウを連載コラムでお伝えします。



Vol.9



レナード株式会社
代表取締役
三原 孔明

PROFILE

レナード株式会社 代表取締役。国産美容機器メーカー営業部長兼、50店舗エステサロン取締役社長を経て2012年レナード株式会社を設立。サラリーマン時代に顧客サロンの成功・失敗事例を元に500店舗以上の運営コンサル 300店舗以上の開業サポートの経験。またサロン買取においてはこれまでに100店舗以上の経験を持つ。自社サロン運営においては、運営が滞っているサロンを買収し、スタッフを入れ替えることなく3カ月で売上5倍以上、1年後には約10倍以上ということもしばしば。年間5店舗以上のペースで展開。また現在、限定50サロンのコンサルをおこない、そのサロンは売上倍増、3倍は当たり前前の状態。現在、1年先まで予約で埋まっている。本誌広告でおなじみの全身脱毛15分脱毛機フェニックスは月間10台限定で販売し、現在は3カ月待ちという状態。理念経営、社員教育において定評だが、とくにマーケティングにおいては、その分野の世界的権威であるジェイ・エイブラハム氏から、エステ業界では唯一公認のインストラクター資格を与えられるほどの知識経験を持つ。

同エリア、同規模の 競合からは 何も生まれない

今日のエステ業界において、衰退を余儀なくされているサロンと店舗展開を進め拡大しているサロンの違いは、まず「マーケティング力」の違によってその差が生まれると感じています。そこで今回は、集客マーケティングについて必ず知っておくべき基礎知識を皆さまにお伝えします。私は普段、取引サロンの集客のアドバイスをすることが多いのですが、地方紙フリーペーパーやウェブサイトを、ほとんど同エリアで同規模の競合サロンと同じような広告を出されていることが多いです。それについて理由を聞くと、「競合サロンがこのキャンペーンをおこなっているから、それよりも少し安くして競合以上の集客を見込んでいる」とのことです。では「実際は納得のいく集客ができていますか？」とお尋ねすると、返ってくる答えは必ず「NO」です。やはり競合と同じような広告、似たようなキャンペーンでは「圧倒的な集客」は難しいようです。まず集客には、お客様が瞬時に感じる魅力、特徴、他店とのはっきりした差別化、すぐに電話を掛けてしまう行動喚起が重要なのです。業界の集客に対する常識やトレンドは、自分の思い込みのなかであり、その困いの外に出てこそ、圧倒的な集客が可能となるのではないのでしょうか？今回はマーケティングの基礎用語と考え方を紹介しますので、是非参考にしてみてください。

USPを作る

USP(ユニークセリングプロ

ポジション)とは「誰もが真似することができない圧倒的な独自の強み」という意味です。他のサロンとは何が違い、それがお客様にとつてどんなメリットがあるのかを明確に伝えます。地域ナンバー1ではなくオンリー1の強み、お客様が強く魅力を感じる圧倒的な差別化に至る点で考えてみてください。メニュー、金額、サービス、マシン、スタッフ、支払い方法などあらゆる点においてUSPを作ることで強いブランドینگとなり、よりお客様にとって魅力的なサロンになっていきます。たとえば弊社の直営サロンでは「全身脱毛がたったの15分!」と広告で伝えていきます。いつもお忙しいOLさん、自由な時間の少ない子育てママさん、学業とアルバイトを両立されている学生さんなどから大変喜んでいただき、月間100〜500人の新規集客に成功しています。「こんな脱毛を待っていました!」とお客様が声を揃えておっしゃっていますし、今このところ競合はまだほとんど導入していませんので、単なる特徴ではなく「強いUSP」となっています。また最近話題の某トレーニングジムは、「効果が出なければ返金保証」や「たった3カ月で効果を出す」、「分かりやすいインパクトのあるCM」などUSPがたくさん存在していることに気付くはず。また美容外科最大手の某美容外科クリニックはホームページに20万人以上の症例写真を掲載しています。この症例写真枚数は競合クリニックと比べると何百倍の量となり、簡単に真似のできない圧倒的なUSPです。両者ともにこういった強烈なUSPをあらゆる点において作るという戦略を取ったことで、短期間で最大手まで登り詰めることができたといえます。

ライフタイムバリューを 算出する

ライフタイムバリューとは「顧客生涯価値」という言い方もしますが、意味は新規のお客様が継続した顧客となり、何かしらの理由で通わなくなるまでの間にどれだけの売上を使っていただくか、いわば「顧客ひとりの生涯における売上」という意味です。例えばフェイシャル1回1万円のコースを毎月通っていたら、平均的に3年間通っていたら、サロンの場合、ライフタイムバリューは36万円ということになります。分かりやすい例で弊社運営のまつ毛エクステサロンは、お客様ひとりの平均単価は12,000円、年間平均13回来店されています。仮に平均来店期間が3年の場合、ライフタイムバリューは468,000円となり、これを算出すると、お客様ひとり獲得

することで得られる価値(金額)がわかります。またお客様ひとり獲得することで468,000円の売上を得ることができるとあれば、お客様ひとりに対する獲得広告コストを仮に2万円くらいまで引き上げ、初回だけ大きく売上より広告費が高かかってしまっても、ライフタイムバリューを見るとまったく心配ないことがわかります。このように、マーケティングの知識があるかないかで運営そのものが劇的に変わります。私が知るにエステ業界においてマーケティングを本格的に学び実践しているサロンはひと握りです。エステ業界は競合が乱立している業界だといわれますが、さらにこれからも激化すると思われれます。そうなった際、今以上にマーケティングを知っているか知らないかで、サロンの運命は大きく左右されます。まずは今回お伝えしたUSP作りとライフタイムバリューの算出を実践してみてくださいいかがでしょうか？

「勝ち組サロン実践セミナー」 参加費無料

全国4都市6回ずつ開催しております「勝ち組サロン実践セミナー」では、今回の「強烈集客マーケティング」について、取り組み実例を含めより深くより熱くお伝えしています。また、参加者全員が今抱えている問題、悩みを解決し、次の日から新たな取り組みを実施していただくことをゴールとしたセミナー内容です。集客マーケティングだけでなく社員教育に対しても問題解決の答えが必ず見つかるはず。参加費無料では絶対にありえない内容を惜しむことなくご提供していますので、ぜひご参加下さい。



■時間 / 13:00~17:00
■お申込先 / レナード株式会社
TEL.03-6447-1090

※セミナー会場：開催1週間前までにご連絡いたします。

セミナー日程

第4回
どんどん成長する
愛の社員教育法
& 成功サロン事例シェア会
東京 / 7月14日 [満員御礼!]
名古屋 / 7月16日 [満員御礼!]
大阪 / 8月18日(火)
福岡 / 8月20日(木)

第5回
地域ナンバー1集客方法の掟
& 感動の接客マナー研修
東京 / 9月15日(火)
名古屋 / 9月17日(木)
大阪 / 10月13日(火)
福岡 / 10月15日(木)