

宮城県美容組合主催「未来を切り拓く！次世代美容室経営戦略セミナー」
講師 後藤雅紀（全日本美容講師会創作委員、神奈川県卓越技能者表彰受賞者）

- ・これからのハイエイジ技術者に必要なこととは？

お客様を増やすことより減らさない工夫。

↓

独自性を増やす（ここにしかないもの。ここでしかやってくれない施術、技術）

高単価サロンの実現（他店でやっていない技術、売っていない商品）

これは「この店に行く」という理由付けにもなるし「他店にいかない」理屈になる

具体的には独自のカット理論「シースルーカット」を使い劇的にシルエットを変化させる技術を身に着ける。

「乾かすだけでフォルムコントロールされたカット」

↓

これには「理論に裏付けされた技術」「パフォーマンス」「理解してもらう解説」が必要で最重要です。

理論に裏付けされた技術

「フォルムがきれい、収まりやすい、持ちが良い」にはそうなる技術があります。
こうするからこうなるをはっきり自分の中で理論化しましょう！

パフォーマンス

歳を取るほど若さに代わる「パフォーマンス」は美容師（特に男性美容師）には必要です。
「魅せながらカットする」「口でしっかり説明する」は必須条件！

理解してもらう解説

これはカットテクニック以上に歳を取った時に重要だと考えます。
「理解してもらう解説＝洗脳する言葉」と置き換えられます

「今やっている技術はこうでこう必要だからやっているんですよ」

「あなたの頭の形、量はこうだからここをこうしないといけないんですよ」

「癖がこうだからこう切るんです、こう削ぐんですよ」

「他所の店に行ったらここまで考えてこういう仕事はやってくれませんかよ」

「このテクはまだ美容師さん全体に浸透してない最先端カットなんで
他所に行ったらこうはならないんですよ」

という風に洗脳して行くわけで。

結果オーダーメイドカットとお客様が認識すれば他所に行くことはありませんし
多少高いカット代金でも支払ってくれます。

番外編

カードやQR決済など現金以外の推奨。

↓

手数料を払わないといけないから導入渋る？

お客様心理として現金をお財布から出すよりカード払いの方が高額な料金は払いやすい。特に複数のメニュー＆店販などが絡む場合などカード払いの方が使うことの罪悪感が少ないし背中を押してくれる。→損して得取れ精神

- ・これからは「お客様をいかに増やすか？」に尽力するのではなく「いかに今の客数を落とさないか？」に尽力すること。
もう一つの方法としてはここでしか手に入らない物を作ること
「オリジナル商品の開発、販売」
お客様が気に入った商品がここでは定価より安く、しかもここでしか買えない（ネットで買えない）としたらそれだけでもここに来る価値あり！
OEMでも良いので原価の安くして利益率を高める。

総括

私はよく食べ物屋さんにも例えるのですが、「安いチェーン店のとんかつと高い料金のとんかつは何が違うのか？」または「回転寿司と高級寿司店の違いは何か？」をよく考えます。高いものには訳があります。例えばとんかつ屋さんなら肉の選び方、柔らかくするための仕込みの丁寧さや香りを良くするための油の綺麗さ、そして挙げ方の工夫など。お寿司屋さんにしてもネタやシャリの選び方、包丁の入れ方や隠し包丁の工夫、シャリの握り方など素材の良さを最大限に引き出すための労を惜しまない店が高い料金を取れる店だと思います。美容も同じことでここでしかやってもらえない技術やここでしか買えない物などその店の独自価値を高めることに労をかけることが高単価をキープできる店になると思います。またそういった価値が高い店程口コミの効果も高くなるので価値の分かる良いお客様が増えるとも言えます。

「店独自の価値を高めることが自分の店を守る硬い鎧になる！」