

Vol.23 ナンバー1 顧客満足講座



オリコン顧客満足度ランキング™ エステサロン総合部門にて、3年連続(2010、2011、2012)特別推奨サロン、第1回エステティックグランプリ顧客満足サロン部門、第1エリア第1位、全国第6位に輝くクールエステティックの顧客満足経営の秘密を茂藤雅彦代表が初公開する連載コラム。



茂藤 雅彦 Moto Masahiko

PROFILE

クールプロジェクトグループ代表。1966年12月9日石川県生まれ。2002年金沢に本店を出店して以来、毎年店舗を拡大し、現在では北陸・京都エリアに7店、マレーシア(クアランパール)に1店を展開するクールエステティックグループを築き上げた。

オーナーのためのエステじゃない

自己満足のエステではダメ

前号から繁盛店を作るためにどうしたらいいかということについて、大事な鉄板ポイントをお伝えしています。

まず何が何でも「顧客満足度の高いサロンを作るんだ」という覚悟をトップが打ち立てて頭の中をこの目標実現のためにだけに全部入れ替えること。会社・サロンの理念を「顧客満足度」の照準に合わせて作り変えてしまうこと。そして社員全員が理念を正しく理解し、顧客満足度に焦点を当てた仕事を認識し実行させるという順序をお伝えしました。今月はさらに大事なお話をします。

繁盛店というのは自己満足ではできないという話です。というのは、たとえばうちも第一回エスグラに入賞したとき、スタッフもみんな感動してワイワイ泣きました。ただ言い方は厳しけれど、たかが一回コンテストに勝ち残ったというだけでは、単に自己満足です。自己満足を超えていくには、お客様からの絶えざる本当の声を傾け続けることができればダメですよ。お客様からの本当の声を聞く、何を望んでいるか、どのようなスタッフに接客、施術してもらいたいのか。どんなサービスしてほしいか。これです。

アンケートでは何もわからない

よくフェイスブックに自分のサロンのお客様の声を載せている先生もいますが、そのほとんどは良い声しか載せない(笑)。サロンの宣伝意図もあるでしょうから仕方ないですが、「アンケート」として真の声を聞き出せません」というのが私の持論です。というのはエステでは限られたお客様しかアンケートを書かないから無記名といつてもだれが書いたのかわかりません。契約期間中はスタッフや店と長い付き合いになることから名指しでホントのことは書きにくいわけですから、つまりお客様のほうが店に気を遣いながらアンケートを書くのでは意味がない。いくらアンケートをとってもお客様の真の声を聞いたことにならないのです。これではサロンの自己満足を打ち破ることは不可能です。

エステを始めたばかりの私はこのことが気になって仕方なかった。私は男ですから、接客チェックができませんでした。私が想像できずとお客さんはこれはイヤではないか」とスタッフに言っても、「お客さんはそうは思わないはず」と却下されたりスタッフの自己満足をチェックできなかった。

いつまで覆面モニターを潜り込ませたのです。大学の薬学部時代の後輩たちが金沢近辺の製薬会社に就職してOLをやっていた。その子たちに両ワキ脱毛を無料にしてあげるから辛口レポートを書いてくれと頼んだのです。店の悪いところをどんどん指摘してもらおう。そしてみんな喜んでやってくれた。

衝撃のスパイレポート

すると衝撃的なことが次々に明らかになりました。「私はこんな接客をしてもらいたい」という声もさることながら「こういうこととはしてほしくない」という嫌な接客事例がほとんどあふり出される。スタッフたちも私からの思い込みの言葉ではなくお客様の生の声というところに否定出来ない重みを感じた。それで「担当者のこんな話し方がしつこくて嫌」「こういうストレートな声まで出てくるのです。悔し涙を流しながらも受け止めるを得なくなるのです。もちろん言い訳するスタッフはいます。しかし、お客様が感じていることは事実です。もし私が男ではなく、スタッフとともに現場を切り盛りするエステの先生であったとしたら、辛辣な言葉で綴られるスパイレポートで自己満足が粉々に砕かれるのですから、平常心を保てたかどうか確信はありません。スパイレポートはそれほどインパクトをもたらしてくれるのです。逆にいえば、これを突破しなければ、今の顧客満足ナンバーワンエステには成り得なかつたでしょう。

私はその後もモニター制度をどんどん広げていきました。店に客として入り徹底的にサロンの悪いところを書いてくれる粗探しの小姑スパイのようなお客様を私は各店舗にまさに100〜300人人体制で入れていたのです。

一石三鳥の効果

その結果、①モニター様の様々な真の声を直に聞くことができ、即、改善、改革に取られ、満足度の高いサロン作りが役立てられる。②モニターも自分の意見が接客や施術の改善に活かされることに感動し、店のファンになってくれ、その後の追加コース契約にもつながり、売上貢献にもなる。③さらに、モニターからの信頼を得られ、多くの大切な友人を紹介して頂き、新規客が格段に増える。まさに一石三鳥の効果をもたらしにくれたのです。

この取り組みが奏功し、オリコン顧客満足度ランキング2011年度の総合エステ部門にて、80.06の最高得点を生み出し、顧客満足度No.1の地歩を固めていったのです。(以下次号につづく)



MEDICAL ESTHETIQUE CLINIC

安全 安心 信頼 満足



Dr. Caviet® Ghost

MFIP Cavitation for Slimming

NEW

人気のドクター・キャビエットに、画期的“導入”機能が付いて、さらにパワーアップして誕生!!

今月の MADE IN JAPAN 一押し美容機器

◎5/19 BWJにてドクター・キャビエット「ゴースト」新発表!!

“導入→分解→溶解→燃焼”これ1台でボディリートメントは完結へ。



ADVANCED TECHNOLOGICAL REVOLUTION

MFIP Mid Frequency Interval Pulse

DHS Deep Heat System

CAVI-TATION

RED LED

皮下脂肪・セルライトにアプローチする有効成分
・フォスファチジルコリン
・アクティブリン8G
・レスベラトロール
・ユニスリム
・フィットニック
・リポケア
・パニルプルチル



NEW 専用美容液「エトボディ」

「今回、パワーUPした「ゴースト」は凄いです!! 導入とEMS機能が追加搭載されたことで、私たちが考える瘦身理論がこの1台で実現できるからです。専用美容液も有効成分が追加され、さらにパワーUPされました。クリニックではキャビテーションをかける前に、脂肪溶解注射をして分解効率を高め、最後にEMSで脂肪燃焼していますよね…。だから、その場で効果を実感できますし、これを使って脂肪をグングン落とせることが大いに期待できます。サロンに何度も通えない方や、結婚式までに痩せたいとか、露出の多くなる今すぐ痩せたいときに、好きな時間にご自宅でもケアできる強みがあるんです。スキンケアと同じく、自宅でボディケアをして頂くことで、サロン来店での施術結果も数段上がります。お客様、私たち双方にとって結果を短期間に出せることはとてもハッピーですよ。店販筆頭商品になることでしよう」



クールエステティック金沢店マネージャー談

【ドクター・キャビエット ゴースト】 定価 215,000円 (税別) 専用美容液付き