

「売上伸び悩む美容室経営者必見！」

売上・リピート率アップを
同時に向上させる**秘訣**がここに！

購買率72%の美容師が
実践している**失敗しない**
店販カウンセリングの**極意**



松島 智仁

「美容室店販のプロ」

セミナーを有意義な時間にするためのお願い事

- 松島のセミナーでは、『質問』や『問いかけ』をする場面が多いかと思いますが、コミュニケーションを大切にしておりますので、ご協力お願いいたします。
- セミナー後に、お時間がある限り『質問』にお答えさせていただきます
- セミナー資料は、プレゼント致しますので、メモは最低限にして松島が話していることを集中してお聞きしてください
- ご自身のお店の状況を想像しながら『明日から、すぐに行動ができる』ようにセミナーを受けてください

■自己紹介 物販塾 代表 松島 智仁

- 独立して5年で1ヶ月の総売上412万 過去最高の店販売上275万円、店販購入率72.8% 店販利益率50%の仕組みを作り達成させる
- 独自のカウンセリングで「失客させない商品提案」をテーマにリピート率98~99%を維持しながら販売に繋げている
- 独立当初は、客単価が6000円台だったのが、カウンセリングやメニューを見直すことで客単価17000円に
- 現在、サロンワークは月に16日~17日でも150万を新規集客なしで売上をキープしながら2ヶ月先まで予約が埋まるサロン
- 1人美容室やスタッフを抱える小規模サロンに特化したオンラインスクールを始め、メンバーの92.3%が過去最高売上を達成に導く



メンバーの2021年12月の実績

	参加前の1ヶ月の平均物販売上 (2020年)	参加後の12月物販売上 (2021年)
植田さん (ケアリスト)	4万円	33万円
中村さん (1人美容室)	5万円	41万円
阿部さん (親子経営)	ほぼゼロ	64万円
堀口さん (夫婦経営)	3万円	81万円
Sさん (小規模経営)	6万円	92万円
鈴木さん (夫婦経営)	8万円	123万円
妙見さん (スタイリスト)	13万円	143万円

2022年12月一部メンバーの成果報告

Mさん

【2022年12月成果報告】

- ・総売上 3,368,865
- ・技術売上 2,074,101
- ・物販売上 1,294,764
- ・購買率 52%

Hさん

【2022年12月成果報告】

- ・総売上 2,030,000
- ・技術売上 1,020,000
- ・物販売上 1,010,000
- ・購買率 83%

Aさん

【2022年12月成果報告】

- ・総売上 1,737,200
- ・技術売上 1,106,500
- ・物販売上 630,700
- ・購買率 48%

Sさん

【2022年12月成果報告】

- ・総売上 2,650,709
- ・技術売上 1,788,330
- ・物販売上 862,379
- ・購買率 27%

Nさん

【2022年12月成果報告】

- ・総売上 4,166,581
- ・技術売上 3,019,491
- ・物販売上 1,147,090
- ・購買率 38%

Iさん

【2022年12月成果報告】

- ・総売上 1,950,995
- ・技術売上 1,323,940
- ・物販売上 627,055
- ・購買率 37%

Nさん

【2022年12月成果報告】

- ・総売上 2,063,670
- ・技術売上 1,376,910
- ・物販売上 687,480
- ・購買率 43,8%

目次 『セミナーの流れ』

1章 店販マインドセット

2章 店販カウンセリングの流れと考え方

3章 提案した商品を体験 アフターカウンセリング

4章 効果的なサンプル配布 クロージング



本日のゴール設定

- 店販の **マインドセット**
- 店販 **カウンセリング** を理解する
- 商品提案～クロージングまでの **導線** を作る こと

1章

『店販マインドセット』

『あなたは、どのような『姿勢』で
お客様に接していますか？』

※店販のマインドセットに欠かせない姿勢の部分

- お客様に真剣に向き合っていますか？
- お客様に寄り添っていますか？
- お客様に本気でサービス提供していますか？
- お客様の声をちゃんと聞けていますか？
- 気分でやるやらないを決めていませんか？
- お客様のお手伝いができていますか？
- お客様が家に帰っても安心できる環境ですか？

松島のテーマ

失客させない、商品提案

美容師とお客様の間で信用が積み上がり
信頼関係の構築ができる環境作り

その為に1番大切なことが、、、

カウンセリングが『命』

お客様の『お悩み』や『声』を徹底的に聞くこと

教えてください、、、

『あなたは、どんなことを意識して
店販カウンセリングをしていますか？』

ヒアリングに重点を置いたカウンセリング

『聞く』



『提案』

信用が積み上がる形→信頼される美容師

なぜ、ヒアリングが重要？

ヒアリングを意識することで
「お客様と美容師の認識のズレ」
をなくすことができ
「お客様が何を求めているのか？」
を把握することができる



カウンセリングを制する者は店販を制す

- カウンセリング時間は15分～30分
- お客様に本気で向き合うこと、逃げないこと
- お客様のお悩みや声を聞く姿勢
- 丁寧に焦らずゆっくり聞く、共感する
- 受け止められる安心感
- お客様が求めていることを把握して提案する
- 最後まで責任を持ってやりきる

お客様の意識を高めて提案できる環境を作る

お客様の意識が低いのではなく、
意識を上げる努力をこちらがしていないだけ

「情報を受け取りたい」というお客様に教育していくこと

お客様にとって

1番の「髪の先生（専門家）」になる

医者と患者のイメージ

お悩みが改善できるようにサポートする姿勢

信用を積み上げる近道は
「お悩みを聞くこと」から始まる

『質問させてください』

『お客様のお財布事情を気にしながら
メニューや商品の提案をされていますか？』

お客様のお財布事情を勝手に判断しない

□お客様のお財布事情を勝手に決めつけるのは失礼

→人を見かけて判断して、お金のあふなしや購入するしないで
サービスを変えないこと

□商品を買う買わないは最終的にお客様が決めること

→お悩みを聞いて、お悩みに対してお客様と一緒に解決策を考えて
お客様に合った商品を提案していくことは『サービスの一環』

最後は、お客様の判断に任せること

商品提案は 『サービスの一環』

商品提案しないのはお客様の為にならない

「感情」に働きかけて「心」に響かせること

- こちらが提案する商品に興味を持って頂けるように体験ベースのストーリーを伝えて感情を動かす
- お客様に合わせた商品を体験して頂き「使いたい」や「欲しい」と仰って頂ける導線を作る

感情をいかに揺さぶることができるのか？

2章

『店販カウンセリングの 流れと考え方』

質問させてください

『あなたのカウンセリングの
流れを教えてください』

店販カウンセリングの流れ

※施術メニューのカウンセリングを終わってから行う

①最初のお声かけの仕方

→お客様の声を引き出すきっかけを作る

②使用中のアイテムを確認

→お客様に合った商品なのか？を把握

③普段のお手入れ方法を確認

→髪に対する意識レベルを把握

④お悩みを丁寧にヒアリング

→お悩みを深堀していき提案の幅を広げる

⑤お困りごと、気になることを確認

→毎日、使用しているアイテムやお手入れで困っていることを把握

※お話を聞くときは『共感』『共有』を忘れずに

⑥お悩みの原因を丁寧に説明

→お悩みの原因に気付いていただくこと

⑦メニューと連動させた改善策を計画を立てて提示

→お客様が求めている未来像を共有しながら

『欲しい』『使ってみたい』『試してみたい』

感情を動かせる導線を作る

施術内容によって組み立てる

(例) カット、カラーメニューの場合

→プレカウンセリング (①～⑤までの内容)

→カラー施術中 (⑥～⑧までの内容)

※放置時間が活用できたら補足を伝える

→カラーシャンプー (シャンプー中は会話を控える)

→カット～仕上げまで (使い方、お手入れのアドバイス)

→アフターカウンセリング (お客様に合わせて必要性を語る)

顧客様の場合

- 前回の内容を確認
- 今回のお悩みや要望を確認
- メニュー提案
- 店販カウンセリングをスタート

カウンセリング時間がない場合は
①～⑤までのチェックシートを
作成しておき活用するのも効果的

事前に情報を仕入れて効率化

①最初のお声かけの仕方

→お客様の声を引き出すきっかけを作る

『なぜ、店販カウンセリングを行う必要があるのか？』
をお客様に理解して頂くこと

まずは、お話ができる環境を作る

どんな理由があってお客様の『声』を聞くのか？

- お客様に合った商品を使って欲しいから？
- お客様の抱えているお悩みを改善するため？
- 提案するメニューを最大限に活かすため？
- ホームケアでトリートメント効果を持続させるため？
- いつまでもキレイな状態でいて欲しいから？
- 普段のお手入れを把握して的確なアドバイスするため？

過去の事例や体験を元に伝えると分かりやすい

『理由』を明確にして
『求める入口』を通っていただくこと

②使用中のアイテムを確認

→お客様に合った商品なのか？を把握

使用中のアイテムを確認

- シャンプー
- トリートメント
- アウトバス
- 頭皮ケア
- スタイリング剤
- ドライヤー、コテ、アイロン

お客様にお聞きしておきたいこと

- どのような商品なのか？
- 今、気に入って使っているのか？
(どんな所が気に入っているのか？)
- なぜ、購入したのか？
- 理解して使っているのか？
- 継続して使っていきたいのか？

③普段のお手入れ方法を確認

→髪に対する意識レベルを把握



①お風呂に入る前

「お風呂に入る前はブラッシングをしていますか？」



②シャンプー前のお流し

「シャンプーをする前に、お湯で流す時間はどれくらいですか？」



③シャンプー

「どのようにしてシャンプーをしていますか？」



④トリートメント

「どのようにしてトリートメントをつけていますか？」



⑤お風呂上がり

「お風呂から上がった後は、何からケアを始めますか？」



⑥ コーミング

「丁寧にコーミングができているのか？」



⑦ タオルドライ

「どのようにタオルで髪の毛を拭いていますか？」



⑧ アウトバス

「使っているのか？」
「使っていないのか？」



⑨ ドライヤー

「お風呂後に、どれくらいしてドライヤーを使いますか？」

正しい使い方のチェック



⑩ 乾かした後

「乾かした後に、オイルやバームをつけているのか？」



⑪ 朝起きた後

「朝のお手入れはどのようにしているのか」

④お悩みを丁寧にヒアリング

→お悩みを深掘していき提案の幅を広げる

『質問させてください』

『どのようにしてお悩みを
ヒアリングしていきますか？』

『今、どんなことに悩んでいますか？』

- お客様の第一声のお悩みを丁寧に聞いて深堀をしていく
- お客様が些細なお悩みでも伝えて頂ける環境作りに努める

「その他にも悩んでいることはないですか？」
と最後まで聞くことができる一声も大切

今、抱えている悩みを全て聞く姿勢

(例) 『最近、ダメージが気になってきた』

いつから気になるようになってきましたか？

→ 1週間前？ 2週間前？ 前回の時から？

どの部分が1番気になりますか？

→ 毛先？ 中間から？ 表面？ フェイスライン？ ネープ？

どのように気になりますか？

→ パサつき？ 手触り？ 引っかかり？ 見た目？ ごわつき？

なぜ、気になるようになってきましたか？

→加齢？カラーを繰り返しているから？

普段どんな時に気になりますか？

→お手入れをしているとき？外出中？カラー後の状態？

お客様のことが気になって仕方ない状態が理想的

『？？？』と思うことは深掘りして聞くこと

□季節によるお悩みを把握

- 季節でオススメする商品をピックアップして提案ができる環境
- 季節の変わり目は、使い方やお手入れ方法を再度伝えていく
- 普段のお悩みと季節のお悩みに働きかける

□以前と比べて変化に気付いて頂くこと

- 半年前や1年前と比べた髪や頭皮、肌の変化を言語化して頂く
- お客様の少しの変化にも気付くことが大切

「悩みがない」と仰るお客様には
プロ目線から髪の毛の状態を把握して
「こんなお悩みないですか？」と伝えること

お客様自身が
「髪の毛の状態やお悩みが分かっていないこと」が多い

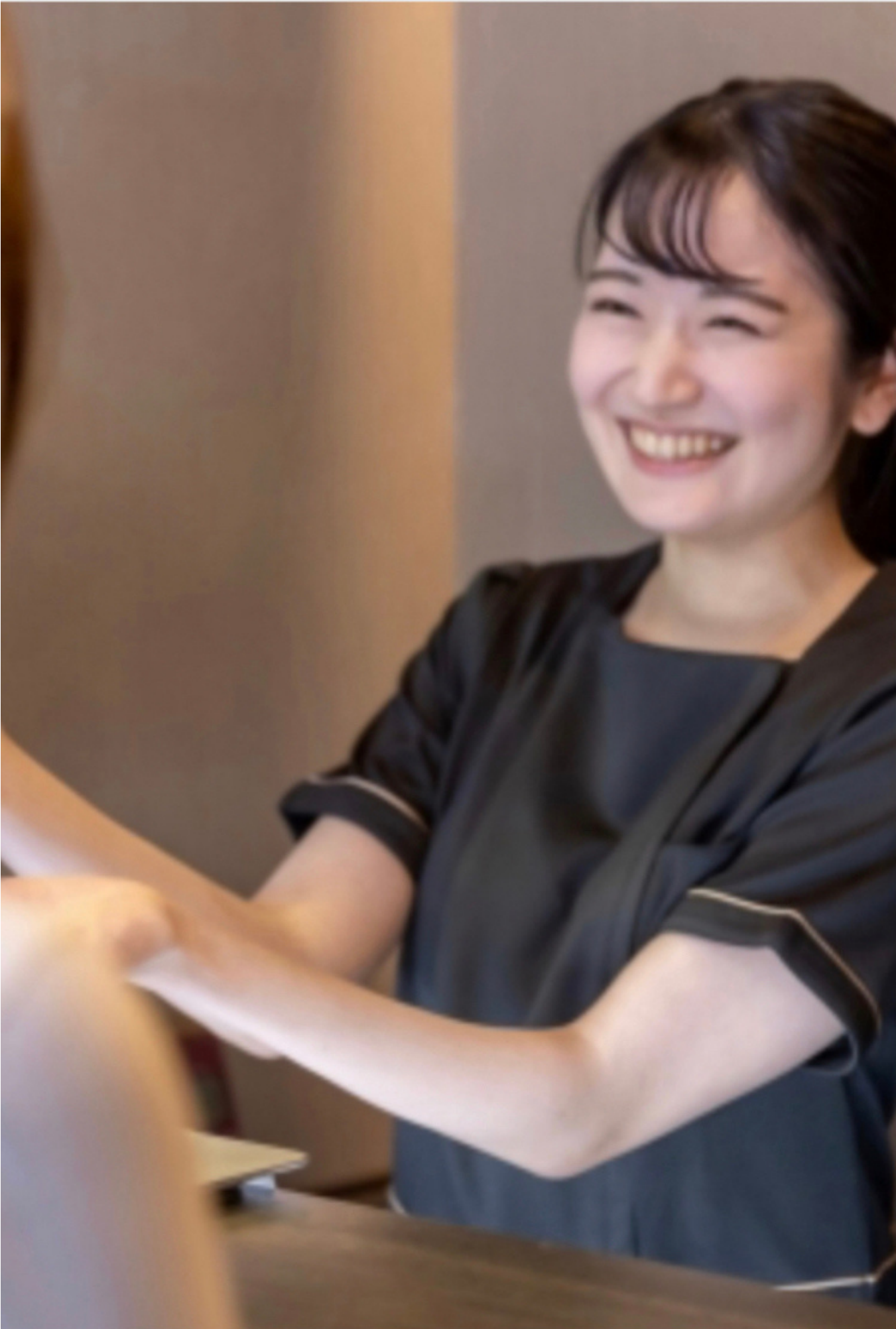
お客様を観察して『気づき』を与えるきっかけ作り

質問させてください

『お客様はどんなお悩みを
抱えて来店されていますか？』

お客様の悩みに合わせた
メニューや商品選定をすることが大切

お悩みを共有・共感する方法



話してくれやすい環境を作る



①話すスピード
リズム・間



②声の大きさ
抑揚・語尾



③オウム返し



④姿勢・表情
ジェスチャー
笑顔・相槌

会話の目的、ゴールに向けて段階を積んで話を進める



ラポール

心と心が通い合ったつながら
相手との信頼関係



ペーシング

相手の言語、非言語情報に
合わせていくこと



リーディング

コミュニケーションの目的に
向かってリードすること



観察すること

相手の気持ちや心的状態は
表情や姿勢や話し方に表れる



ミラーリング

相手の姿勢や仕草、静止して
いる手足の位置、呼吸など、
見える「視覚情報」を
鏡のように合わせていく



ミラーリングの 肝は観察

- ・姿勢、動きの変化
- ・呼吸の変化
- ・表情の変化
- ・声の変化

⑤お困りごと、気になることを確認

→毎日、使用しているアイテムやお手入れで
困っていることや気になることを把握

日常のお手入れ、ヘアケア商品のお困りごとを把握

→この2つを具体的に聞くことで

「**どんな商品をどのように使っているのか?**」を把握する事ができる

- お客様に合った使い方、お手入れを提案できる
- お客様に合った商品なのか?を確認できる
- お客様にアドバイスをする幅が広がる

リピート購入のお客様も意識すること

ヘアケア商品を使っていて不安に感じていないか？

- 商品を使っていて違和感はないのか？
- 求めている効果を感じる事ができているのか？
- 商品を理解して使うことができているのか？
- 未来提示を明確に伝えることができているのか？

『不安を取り除く』

『不安の感情を和らげる』

□素人目線で分かるように説明をする

→難しい話を伝える必要はないので、
噛み砕いてお伝えすること

□お客様が家でも不安なく扱う事ができる説明をする

→「欲しいけど、ちゃんと扱う事ができるかな？」
という不安を抱えているお客様が多い

⑥お悩みの原因を丁寧に説明

→お悩みの原因に気付いていただくこと

質問させてください

『お悩みの原因は
どのように伝えていきますか？』

成分や専門用語は極力控えること

□スクテメニューをされるお客様は
どんなお悩みや不安を抱えているのか？

- 頭皮や髪の毛のダメージを考えると、
このままカラーを続けても大丈夫かな？
- カラーをすると、以前に比べて頭皮が乾燥したり
滲みたり痒くなることが増えてきた
- 周りの知人がカラー後に肌がかぶれた話を聞いたときに不安を感じた
- 元々、アレルギーがあるからカラーをすることに不安を感じてきた
- 加齢と共に、カラー後のダメージが気になり状態も悪くなってきた

スクテセミナー資料©松島の物販塾 MATSUSIMA TOMOHITO

01：カラーの頭皮負担は『150回目から急激に変化』

01 カラーの頭皮負担は『150回目から急激に変化?!』

カラーリングによるアレルギーリスクは150回程から急激に上がります。カラーが「かゆい、しみる、痛い」そんな方はジアミンの経皮吸収が原因かもしれません。スクテ00、02はジアミンによる頭皮負担を軽減します。

■頭皮保護のイメージ

しみる、かぶれの原因
カチオン、ジアミンが頭皮から浸透し、毛髪内に浸透し毛髪にダメージを与える。

フムスの保護イメージ
カチオン・フムスが結合し、分子が大きくなり浸透しにくい。染料が結合しダメージを軽減し、フムスが皮脂・頭皮を修復し浸透しない。

まずは、このジアミンアレルギーについて
お客様に理解していただく必要があります

スクテセミナー資料©松島の物販塾 MATSUSIMA TOMOHITO

□この悩みや不安の原因は？

- ヘアカラーを繰り返すことによる頭皮や髪の毛のダメージ
- ジアミンの経皮吸収による頭皮への負担やアレルギー発症

※「ジアミンアレルギーはご存知でしょうか」と質問
(ジアミンアレルギーを知っていただくこと)
(お客様に90%の方は知らない)

- 30代後半～40代前半にはアレルギーリスクが高まる
(※それ以降は、いつ発症してもおかしくないリスクを抱えている)
- かゆい、しみる、痛いのはジアミンによる経皮吸収が原因
- ジアミンアレルギーを発症した方の写真を提示
- 松島は、実際にお客様がジアミンアレルギーになった事例を紹介

実際に、ジアミンアレルギーになった場合は、
どのような症状になってしまうのか？を可視化していただく

next→→→

02：ヘアケアの基本は『ダメージをさせない』

※スクテ01を販売する流れでとても大切になる部分です

02

ヘアケアの基本は『ダメージをさせない』

毛髪は肌細胞と違い、ダメージを自身で修復する事ができません。ダメージしてからケアではなく「ダメージをしないようにケアをする。」これがスクテ01の最も効果を発揮するポイントです。

■ナノ化CMC
健康な髪は規則正しいラメラ構造。水分と油分が交互に折り重なり規則正しく並んだ状態。CMCが薬剤の浸透力を高めつつ、各成分の定着率の向上と潤いを実現。

■ドコサラクトンの働き
アミノ基と結合し洗浄後も持続的なハリやコシ、ツヤ付与効果が得られます。

■18-MEA
髪の表面のダメージを受けた部分に選択的に吸着して、バリア構造を再生。親水性に傾いたダメージ部分の疎水性を取り戻し、元の健康な状態に戻してくれます。

スクテセミナー資料©松島の物販塾 MATSUSIMA TOMOHITO

※ここを、お客様にしっかりと理解していただくこと！

- ・お肌とは違い、髪の毛は一度受けたダメージを修復することは不可能だと伝える
- ※「ダメージをしてからケアではなく、ダメージをしないようにケアをすることが大切」とお客様に理解していただく

そのために、、、

- ・カラー塗布をする前に、スクテ01を付けることで健康的な髪の毛にすることができる
- ・さらに、カラー剤にも添加することでダメージの抑制やトリートメント成分が奥深くまで浸透するので、ダメージを軽減しながらツヤと手触りの良さを実感できる
- ・カラー剤に含まれてる「悪い成分（アルカリ）」を除去せずに家に帰ると、20～30日間ずっと頭皮や髪の毛のダメージを蓄積してしまうので、お店でアルカリ除去をしっかりとすることで家に帰ってからの状態が安定してダメージ負担を激減することができる

03：髪の毛の潤いは『水素結合で決まる』

髪の中の水分をいかに外に逃さないようにすることが大切なのか？を伝えていくこと

03

髪の毛の潤いは『水素結合で決まる』

水素結合を施し、髪の内部の自由水(水道水と同じ)を外に追い出し結合水[マイナス40℃でも凍らず+230℃でも蒸発しない水]を復活させる。スクテ+1はこの2つの効果によって髪を健康な状態に近づける。

■レプリンの水素結合
健康な髪
ダメージ髪

■レプリンの水素結合
レプリン酸がダメージ毛内の新しい結合同士を結ぶ水素結合を作り出します。

■プラチナナノ化ケラチンの働き
プラチナナノ化ケラチン
加水分解ケラチン
低分子化されたアミノ酸とケラチンが髪の深部まで入り込みダメージを修復

スクテセミナー資料©松島の物販塾 MATSUSIMA TOMOHITO

03：髪の毛の潤いは『水素結合で決まる』

※お客様には難しい部分ですが、簡単に分かりやすく説明すること

- ・自由水と結合水の違い（水素結合）
- ・加齢やダメージを受けることで、どんどん水分が外に逃げていくことで、手触りが悪くなったりツヤがなくなりまとまりにくくなる
- ・その自由に動き回る自由水をレプリン酸を使うことで、結合水に変えることができる
- ・結合水は持続可能な水分になるので、外に逃げにくい環境を作ることができる
- ・なので、仕上がりは、柔らかさや弾力を感じることができて、いつもより効果実感を得ることができるようになります。
- ・レプリン酸（水分）やスクテ01（タンパク質）によってラメラ構造を整うことで、髪を健康的な状態へと近づけることができる

⑦メニューと連動させた改善策を 計画を立てて提示

→お客様が求めている未来像を共有しながら

質問させていただきます

『お客様に改善策をお伝えする時に
どのようにお伝えしていますか？』

【ここで、「このメニューをしていく上で、お客様にお願いをしていることがあります。先ほどお伝えしたこちらの商品を（スクテ01を見せながら）家でも使っていただきたいと思っています。」と先に伝えた上で、、、】

※「ところで、、、
髪の毛は、何で作られているのかご存知でしょうか？」と質問

- ・髪の毛はタンパク質80%と水で基本的に作られていることを理解していただく（タンパク質を補うことが重要だと伝える、01の必要性を感じていただくために）
- ・スクテ01が髪に必要なタンパク質を補いながら毛髪内部に留まることで、シャンプーなどで洗ったとしても効果が持続してくれる優れたもの
- ・さらに、ダメージヘアを補修しツヤや手触りを向上しながらバリア機能が上がり、健康的な髪の状態に近づけてくれる

とにかく、髪の毛にはタンパク質が必要であることを理解して頂いた上で、、、

next→→→

スクテセミナー資料©松島の物販塾 MATSUSIMA TOMOHITO

「このような特徴があります。今日させていただいたメニューを最大限に活かすために、髪に必要なタンパク質の塊でもあるスクテ01をお家で使っていただくことが大切になります。

美容室で使用するくらいのクオリティが高いサロンケアを家でも使えるようにさせて頂きました。それによって、髪の良い状態が持続できて髪の毛にハリコシや弾力が出たり、ツヤ感や手触りの良さがキープすることができておすすめです。

継続してメニューをさせていただきながらスクテ01を使用していくことで、健康的な髪の状態を日々作ることができます。

使い方は簡単です。（使い方のレクチャー※カラー剤を根本を塗ってから毛先に01を塗布するときに伝える）

全体的に8～10プッシュほどあれば大丈夫です。
約2ヶ月～2ヶ月半ほど持つので、コスパもお手頃になっています。

さらに、朝起きた時に、全体的に3～5プッシュほど付けていただきコーミングをしてドライヤーで乾かすと手触りがかなり良くなります。また、後ほど実演させていただきますね！」

※ここから、自身やお客様の体験した声を簡潔に伝える
※ここで、購入してくださるお客様は成約が決まっていることがほとんど

- お客様のお悩みが改善する商品を紹介
- 『なぜ』 お悩みが改善するのか？を提示
- 商品の必要性をお客様に感じていただく
- 実際に商品を使っているお客様や身内のbefore、afterの写真を共有し効果実感や未来像を明確にする
- どれくらいの期間使っていけば効果実感が得られるのか？をお客様の状態を考えて提示
- なぜ、その期間がかかるのか？を自身や身内、お客様の体験談をストーリーを交えて伝える

ゴール設定をお客様と共有すること

『どのような髪や頭皮環境の改善に繋がることを望んでいるのか？』

『ゴールに辿り着くためには
どれくらいの時間がかかるのか？』

すぐに効果を感じる商品もあれば
時間をかけないと効果を感じることができない商品もある

リアルに体験した方の意見が大切

- 自身の体験から効果を感じた期間を伝える
- 実際に商品を使っているお客様の意見を伝える
- 正直な感想を伝えてくれる身内の意見を伝える
(奥さん、彼女さん、親御さん)

お悩みを改善したストーリーを
『体験談』としてお伝えするのは効果的

提案する商品をセツト面に並べて
実際に手に取りやすい環境を作ること

3章

提案した商品を体験

アフターカウンセリング

質問させてください

『アフターカウンセリングは
どのようになっていますか？』



「触ってもいいのかな？」と考える方が多い



ご来店時の状態



ウェットの時



ドライ後



アイロン後

触る場面を積極的に作ること



ご来店時のビフォアを写真で撮らせて頂き、仕上げ後のアフターも写真で撮り共有



ビフォアアフターを見て頂き「違い」の変化を確認

□実際に体験した感想を詳しく教えて頂ける環境作り

- お悩みは改善していきそうなのか？
- 来店前に比べて髪や頭皮に変化はあるのか？
- 求めている状態になっているのか？
- お客様でも簡単に扱える商品なのか？
- 商品を使うことでお手入れが楽になりそうか？
- 使ってみたいと思える商品と感じているのか？

感想を聞いた上で
必要なアドバイスや提案をする

□美容のプロとして具体的に髪の変化を伝えること

「今回、〇〇のようなお悩みを抱えていました。
その原因としては〇〇があり、改善していく為に、
〇〇のような特徴があるメニューや商品を使う事で、
こんな風に改善していく事ができました」

- お悩みの確認
- 原因となっていたことを確認
- メニューや商品の特徴を簡単に伝えながら、
だから改善する事ができたという報告

□今後、提案するメニューや商品を使う事で
「どうなっていくのか？」を提示していくこと

お客様が購入するしないに関係なく
「今回の商品でどのように改善していくのか？」をお伝えする

- 改善していける理由
- メニューや商品に対する必要性を伝える
- 「お客様が求めている未来像になるのか？」を説明する

体験談を交える→聞いてもらえる環境を作れる

□ 継続して使うメリット提示

- 提案する商品をどれくらい継続して使うと、求めている状態になるのか？
- お客様が「求めている言葉」を把握してメリットを提示
- 継続して使っているお客様の事例を紹介することも必要

□提案した商品の効果的な使い方や 日常で活用できるヘアケアアドバイスをする

- お客様のヘアケアに対するレベルや意識に合わせた効果的な使い方やヘアケアのアドバイス
- 使っている未来を想像しながらお客様に合ったアドバイス
- お客様がストレスにならない程度、できる範囲で提案
- プロ目線ではなく、素人目線に下げる

お客様のレベルに合わせたアドバイスが重要

- 「私でも使える」と思える簡単な使い方を提案
- 良い商品でも正しい使い方をしないと、効果が出ないことを伝える
- 正しく使って頂く為に、お客様に合った使い方を丁寧にお伝えする
- 家に帰ってからも効果実感をしてもらい購入後の不安を解消する

□クロージング

「もしよかったら家で使ってみませんか？」

「今日ご提案させて頂いた商品で気になるものはありますか？」

基本的には、お伺い→提案→お伺いを繰り返す

最後にお伺いをしてお客様に決めて頂くこと

興味があるのか？ないのか？を確認して
『ある』場合は、サンプル配布の流れを作る

4章

効果的なサンプル配布

クロージング



プロセスのご紹介

1 - サンプル配布

シャンプートリートメントであれば、100サイズを配布

大体、3~4週間使える

2 - お客様に合わせた使い方

お客様が簡単にできる使い方を説明

3 - 10日後に使用感の確認

アンケート
使い方の確認など

購入してみたいのか？をチェック

4 - アフターフォローを徹底する

納得して購入に繋がる
導線作り

5 - 購入を迷っている方への対応

何で迷っているのか？を把握

次回提案に役立てる


サンプル使用後の次回対応

チェック項目



①感謝を伝える

「サンプルを使って頂きありがとうございます」と丁寧に気持ちを伝える



②サンプルを使い切ったのか？を確認


「サンプルを全部使い切ることができたのか？」を確認



③髪の変化を確認


髪の毛の変化が「あるのか？」
「ないのか？」を確認

提示した未来像に近づいているのか？



④今後も使いたいと感じる商品なのか？

購入にまえのめりの姿勢なのか？を確認



⑤サービスとしてどうなのか？

サンプル配布のサービスを利用して「どうだったのか？」をヒアリング

購入後のアフターケア

- 前回、お悩みを抱えていたことは少しでも改善できたのか？
- 使った結果、良かった点や何か物足りない点などはないか？
- どれくらいで効果実感に繋がったのか？を確認
- 家でもお伝えした使い方は実践できたのか？を確認
- 今後も継続して使っていきたいと感じたのか？

最後に、

『自然と販売に繋がる導線』

- お悩みから始まるカウンセリング
- お客様が求めている商品を選定すること
- メニューと連動させた商品提案
- 無料体験・無料提供で購買意欲を上げる
- アフターサポートの充実

リピート購入に繋がる環境を整える

□商品提案をする前に考えること

『あなたの売りメニューはなんですか？』

『売りメニューに必要な商品はなんですか？』

『売りメニューや商品でお客様のだんなお悩みを改善できますか？』

『売りメニューや商品でどんな未来を提供することができますか？』

『何人のお客様が望んでいるメニューや商品ですか？』

『あなたが自信を持って商品提案ができる商品になっていますか？』

『お客様の為に本気で商品提案ができますか？』

カウンセリング動画「参考例①～③」

※各リンクをクリックしてご覧ください

【プレカウンセリング動画①】

<https://vimeo.com/698828827/c10bdc6169>

【商品体験中の考え方、質疑応答タイム】

<https://vimeo.com/698833239/9a9e8325d4>

【提案する商品の使い方を説明】

<https://vimeo.com/698846690/0f9619bb9a>

【アフターカウンセリング】

<https://vimeo.com/698848440/d2e4668ea0>

【ヒアリングシート実践後の感想】

<https://vimeo.com/698862828/4ae6685f79>

【カウンセリング実践動画②】

<https://vimeo.com/698896598/c3149f2891>

【カウンセリング実践動画③】

<https://vimeo.com/683604884/3e78fce7d5>

最後まで、聞いてくださり
本当にありがとうございました!!



物販塾 代表 松島智仁