

LUFT FORUM 2012

『2012年、売れる美容師の法則』 議事録

日時：2012年5月7日

場所：吹上ホール

第3会議室/4F

講師：Garland 野口和弘様

記録者：上田

<野口和弘様プロフィール>

1980年生まれ。

佐賀県出身。

大村美容専門学校出身。

都内1店舗を経てGarland オープニングスタッフとして参加。

一般誌、業界誌、ヘアショー、TVなど、幅広く活躍中。

得意なスタイル：やわらかい質感のスタイル。

売れる美容師に必要なこと

- お客様目線で物事を考えること
- 個人ブランディングを作ること
 - 雑誌の撮影によるブランディング…一般誌、業界誌など
 - 個人撮影によるブランディング…ホームページなど

ホームページを活用したスタイル写真を掲載する時の工夫点

- ・スタイリスト毎に分ける
- ・レングス別に分ける

ビューティーサイト活用時のポイント

ビューティーサイト(ホットペッパービューティーなど)を活用する際は、写真だけではなく
解説文でもお客様の興味を引き付けるようにするのがポイント。

→お客様の気を引くキーワードを入れる。

<キーワードの見つけ方>

雑誌やヘアカタログから気に入ったものを抜粋。抜粋したキーワードを細かくして組み合わせる。

例) 作ったスタイルがミディアムの場合

(a)ふわくしゅミディ

(b)女心をくすぐるふわくしゅミディ

(a)よりも「女心をくすぐる」が付いた(b)の方が興味を引き付ける。

キーワードに関しては **Garland** ホームページも参考に。

今の時代、一番集客が出来るのはビューティーサイトではないか、と野口様は考えている。

例) 雑誌で **Garland** 野口様のことを知った場合。

インターネットで **Garland** ホームページを見る。

↓

ビューティーサイト出てないかな、と思いビューティーサイトを見る。

上記のようなパターンが多い。

個人ブログ活用時のポイント

- ヘアスタイルを載せる

個人ブログにヘアスタイルを載せることはすごく大事。なぜなら、お客様は意外とブログを見ているから。特に髪を切りに来る直前に見ていることが多い。

Garland ホームページではスタッフ紹介ページの写真の横に個人ブログへのアクセス用のリンクがある。

ホームページにヘアスタイルを載せることも大事だが、個人ブログに載せることで、「自分がこういうスタイルを作りました」という**個人ブランディング**をすることが重要。

- お客様のお悩みを解決する

施術中にアドバイスしても、お客様はすぐに忘れてしまう。なので、乾かし方やスタイリングの方法などを、ブログ上で写真を載せて解説する。お客様はそのブログを見ながら練習する。

→リターンや新規集客の増加につながる。

ホームページやブログに写真を載せるとき

お客様は可愛いスタイルに目が行くので**デザイン力**が必要。

<デザイン力の必要性>

- **集客を目的としたデザイン作りが重要。**

お客様はヘアスタイルを見たときに、『自分に似合うか』を考える。

→自分が作りたいスタイルではなく、**お客様がなりたいスタイル**を作ることが大事。

ここができていないとお客様から選んでもらえない。

- **オリジナリティーのあるデザイン（自分だけしか作れないデザイン）**

自分しか作れないデザインは武器になる。

（例）野口様なら『やわらかさと質感作り』

自分にしかできないデザインを早く作ることが大事。

以降はスタイル写真をスクリーンに映しての写真の解説と、フィニッシュワークの実演がありました。

<スタイル写真を載せる時のポイント>

- お客様は頭の先が切れている写真に目が行く
- 髪をぼかさず、はっきり分かる写真を載せる
- ファッションが見える写真を載せると、お客様も自分のファッションと照らし合わせてヘアスタイルを考えやすくなる

以上