

導入事例

Case Study

理容サロンが全国150店舗にフォトビジョン導入
コンテンツ出し分け機能をフル活用



露天風呂やサウナのほか、飲食店やエステサロンなどを併設するスーパー銭湯。主にこうした温浴施設内に店舗展開する髪剪處(かみきりどころ)さまでは、理容サロン内に配備したフォトビジョンをフックに店舗を活性化させ、売上向上にも繋げています。

課題と効果



株式会社髪剪處
代表取締役 社長
井出 隆夫 さま



株式会社髪剪處
大井町店 店長
村山 知洋 さま

課題 ・施術中の顧客とのコミュニケーションをより深めたかった。
・キャンペーン情報などを全国約150店舗へ周知徹底する方法を模索していた。

効果 ・鏡の前に配置したフォトビジョンをきっかけに会話が広がり、リピート率が向上。
・法人フォト管理サービスを利用することで端末の電源ON/OFFも把握でき、配信するコンテンツの1つであるキャンペーンの実施促進が可能に。

導入の背景 ●●●●●▶ 顧客獲得の秘訣は安さ、巧さ+コミュニケーション

カット、シャンプー、ブロー、などメニューを細分化し、それぞれ1,000円で提供している髪剪處では、温浴施設内にあるという立地条件ならではのニーズがあります。お風呂の前にカットだけを利用するお客さまも多い一方、お風呂あがりのメイクを落とした女性の顔そりも人気です。

「1,000円カットだからといって、いかに短時間で済ますかといったスピード重視ではなく、当店ではお客さまの要望を聞き、希望を叶えるようなサービスを心がけています」と大井町店の店長、村山さまは仕事への熱意を見せます。

「一時代前は安ければ人気が出ました。次にカリスマブームなどもあり技術巧みな美容師が支持されるようになりました。そして今は、お客さまとのコミュニケーションが求められる時代だと思います」とトレンドを話すのは同社社長、井出さまです。

繁盛店になるかどうかは、リピート率にあると言っても過言ではないといいます。新規の顧客に二度目、三度目と来店してもらう秘訣こそ、コミュニケーションにあると井出社長は述べます。施術に集中すると会話は疎かになりがちですが、何気ない話題が顧客の髪の悩みを聞きだすきっかけになり得るのです。新人からベテランまで、性格もさまざまなスタッフにとって、負担なく顧客とコミュニケーションを取れる手段を同社は模索していました。

またキャンペーンを本部で企画しても、全国約150すべての店舗が積極的にキャンペーンを実施するよう統制するのは難しく、貼る場所まで指定したキャンペーンのポスターを送っても、貼られていない場合もあったといいます。

導入の内容…………… 会話のきっかけにフォトビジョン導入。コンテンツは店舗に合わせてカスタマイズ

そんなとき井出さまが目つけたのがフォトビジョンでした。システム開発会社である株式会社エッジコンテンツから提案を受けたのがきっかけです。「デジタルサイネージ的に使えるフォトビジョンを社長に提案したところ、非常に興味を持っていただきました」と導入検討時を振り返るのは、株式会社エッジコンテンツの社長、大谷内憲一さまです。「『法人フォト管理サービス』を利用すると、複数のフォトビジョンに異なる内容を配信でき、配信内容は管理者側でコントロールできます。この仕組みが社長の目に留まりました」(大谷内さま)

エッジコンテンツでフォトビジョンに流すコンテンツを制作し、各店舗に合わせてそれぞれ違った内容を配信します。配信内容は髪剪處の企業理念である「より美しく、より若く、より健康に」といったメッセージだけでなく、四季に応じて花

粉症や夏バテ防止の小ネタを紹介したり、温浴施設のキャンペーン紹介も流します。「弊社の宣伝ばかりしたら、ただのCMです。そうではなく、自然と会話のきっかけになるような馴染みやすい話題提供が目的です」。井出さまは導入の狙いを語ります。

大井町店でフォトビジョンは、入口に一番近い椅子の鏡の前に置かれていました。「施術中は顔を動かしませんので、自然と視野に入ります。季節の話題などは会話の始めにちょうどよく、お客さまから話しかけてくれることも増えました」と、村山さま。フォトビジョンは店外からも見えるため、子供が「テレビみたいなのがある!」と関心を示すこともあるとか。今まで髪剪處の前を素通りしていた温浴施設の利用客に知ってもらうきっかけにもなっています。

導入の効果…………… 売上にも貢献するフォトビジョン、今後はより地域密着のサービスを

フォトビジョンによって会話が増えたことでリピート率も向上し、大井町店の前年比の売り上げは15%増。「フォトビジョンには弊社の企業理念も流れるため、スタッフの意識向上にも繋がっていると思います」と、村山さまは効果を話します。

「温浴施設の情報として、お風呂の紹介やその他の充実したサービス内容なども紹介することで、敷地を提供して頂いている施設側にもメリットが出てくるような仕組みもでき上がりました」(井出さま)。顧客、施設、髪剪處の三者全員に好影響です。

また法人フォト管理サービスの管理画面では、端末の電源ON/OFFの状態も確認できます。売り上げ向上につながるキャンペーン情報も流しますが、そうした情報が流れることを避けるため、電源を切っている店舗もあるそうです。「今までキャンペーンの実施状況を仔細に把握するのは困難でしたが、現地をまわってアドバイスをしてもキャンペーン実施のモチベーションが持続するとは限りません。ところがフォトビジョン導入後は端末の電源が入っていない店舗にすぐ電話で状況ヒアリングができるので、売り上げが伸び悩んでいた店舗の底上げに繋がっています」(井出さま)。このようにフォトビジョンは社員教育にも役立っています。

これからは各地域のお祭り情報などを流す予定だといいます。端末ごとに出し分けできる機能をフル活用し、より地域密着型の話題を提供することで、顧客との距離も縮まることでしょう。「現場から『こういうキャンペーン情報を流したい』と意見が出るといいと思っています。店舗ごとのキャンペーン情報を流すこともできますので、要望には丁寧に応えていきます」(井出さま)。「やるべきことをやれば自ずと売り上げに繋がる」と断言する井出さまは、フォトビジョンが社員の意識改革に結びつき、さらなる売り上げ向上にも貢献すると確信しています。



フォトビジョンに配信するコンテンツ制作や、配信管理を行う株式会社エッジコンテンツの社長、大谷内憲一さま



鏡の前に配置されたフォトビジョンは、必ず施術中に視野に入り、会話のきっかけになっている

株式会社髪剪處

所在地：東京都豊島区池袋四丁目25番12号 ハヤカワビル1階101号室

従業員数：正社員8名

概要：全国に約229店舗の理容室、美容室を展開。そのうち温浴施設内に150店舗を展開し、カットやシャンプー、ブローなどメニューを細分化して1,000円で提供している。

URL：<http://www.kamikiridokoro.co.jp/>

※パンフレット記載内容は2013年8月現在のものです。