



① 次回予約の真意を伝える

お客さまにはヘアデザイン維持のための適切な来店周期があることをお伝えする。経営面では閑散タイムを減らすことが最大のテーマ。

写真はあるスタッフの予定表。ひと月以上先まで予約が埋まっている。次回予約の提案を着実にこなしている結果だ。これがお客さまをお迎えする準備を整え、次ページで紹介する「3つの提案」などにつながっていく。

② 精神的負担をかけない

長い施術でお疲れのお客さまに対し、お帰り時のご提案は極力さげ、お声かけは施術の合間に徹底。もちろん、予約自体を躊躇するお客さまにはご案内程度にすませる気遣いも肝心。あくまでもお客さまの精神的負担にしないことを主眼にしている。

【次回予約の声を掛けるタイミングの例】

- 施術中、ヘアデザイン提案を絡めて
- パーマやヘアカラーの待ち時間
- スタイリングの時間

【次回予約の声かけと結果は毎日記録する】

スタッフ名	声かけ	予約成立
A	10	8
B	10	6
C	10	4
D	10	2

○月×日

③ 数値化で意識を高める

毎日、どのスタッフが何人にお声かけをしたか、どれだけ次回予約を獲得したかを数字にして記録している。この現状把握が目標を明確にすると同時に、スタッフ個々の課題発見にもつながる。

この3つが
次回予約につながる
“下地”。
最大の秘訣
「3つの提案」は
次ページで紹介

次回予約につながる3つのとり組み