

ステキなお店をつくる情報誌

月刊 オミセラブ

リピーターづくりのために接客時にできる5つのこと



2018

4

vol.77

リピーターづくりのために 接客時にできる5つのこと

穂口大悟 代表取締役 お客様係

最近、全国いろいろなところでセミナーを開催させていただき思うのですが、体力が無い！
移動してセミナーするとへろへろに。暖かくなってきたので、ジョギングと自転車復活しよ～！



リウムスマイル！をご利用の多くの方の商売は、「売り切り型」ではありませんね。新規のお客様が来たら、その方がもう一度、もう一度・・・とリピートご来店していただくことで、経営が安定していく「リピート型」の商売の場合がほとんどでしょう。なので、なんども来店いただける「リピーター」を増やすことが大切！ということはおみなさんわかっておられます。でも、具体的にリピーターを増やすために何か取り組みを行っている方は少ない。

リピーターづくりに本当に沢山の方法がありますが、今回は、リピーターを増やすために、接客時にできることを考えてみたいと思います。

リピーターづくりのために 接客時にできる5つのこと

● 名刺やリーフレットなどを渡す

まずは、もう一度お越しいただくための「手がかり」として、名刺やリーフレットなどのお店の情報が記載された「紙」を必ず渡すようにしましょう。手がかりがなければ、もう一度ご予約やご連絡いただくためにお客様が検索の一手間をかけなくてはいけなくなってしまいます。

● アンケートをお願いする

サービスの提供後に、お客様にアンケートをお願いしましょう。アンケートで「ご感想」等にサービスの満足度を書くことが、お客様の満足度を定着させる効果があります。要は、「サービスを受けて良かった」と表明していただくことで、「良かった」という印象を明確なものに印象を残すのです。

● 次回予約を勧める

必要なお客様に、次回のご予約を勧めます。次回ご予約のお勧めが苦手な方は、「どんなタイミングで」「どんなセリフを言うか」という台本を考えておくとうまいでしょう。必ず「なぜ次回ご予約いただく必要があるのか」という理由をご説明するようにしましょう。

● カルテに接客内容を記録する

お客様の退店後、接客内容をカルテに記載します。リウムスマイル！の顧客カルテに記載しておけば、一定期間ご来店の無い

方を教えてくれる「ご無沙汰さんアラート」などの仕組みが利用でき、お客様お一人おひとりへのきめ細やかなフォローが可能になります。紙のカルテは写真で、リウムスマイル！のカルテにアップしておくとう便利です。

● サンキューメールを出す

ご来店の日などに、来店のお礼メールを出すようにしましょう。これも、お客様の満足度を印象づける効果があります。一度お送りしたものを「下書き」で保存しておくとう、サンキューメールのひな形として使うことができ、作業時間を短縮できます。

一番のリピーター対策は サービスの質の向上

接客時にできるリピーターづくりのための行動をご紹介しましたが、最も効果的なリピーター対策は提供しているサービスの質を向上させることです。しかし、質は急には向上できませんから、常に、少しずつでも良いのでサービスの質を上げていく取り組みをやめないでください。ご紹介した5つの行動は、常に向上するサービスが前提となっていることをお忘れなく！！



ホームページの効果UPレッスン

ネット予約カレンダーの 使いこなしレッスン

- 簡単に予約できるようにしたい！
- お客様のご予約の時間調整が手間・・・
- 希望時間じゃなくこちらで予約時間帯を作りたい！
- ご予約～ご来店までのやりとりを無くしたい！
- ダブルブッキングしないようにならないかな・・・

ホームページはもちろん、外部ブログなどにも設置できるネット予約カレンダーをつかって、楽な予約管理をしませんか？

リウムスマイル！でホームページを作っているのに、予約管理システムをまだ取り入れていないそのあなた！
その日から使える予約管理システムのレッスンを無料で受けてみませんか？
セミナーの開催日時は同封の「セミナー・イベント情報」をご確認ください。

04

Seminar・Event Calendar セミナー・イベント情報

SUNDAY	MONDAY	TUESDAY	WEDNESDAY	THURSDAY	FRIDAY	SATURDAY
1	2 ネット予約 14:00 デザイン 16:00	3	4	5 画像作成 14:00	6 チャイロ聞き 9:30 ネット予約 16:00	7
8	9 メルマガ 16:00	10 デザイン 9:30 顧客管理 14:00 ネット予約 16:00	11 ブログ&FB 9:30 ネット予約 14:00	12	13	14
15	16 画像作成 9:30	17 メルマガ 9:30 チャイロ聞き 16:00	18 顧客管理 9:30 デザイン 14:00	19 ネット予約 9:30 ブログ&FB 14:00	20 ネット予約 14:00	21
22	23	24 画像作成 16:00	25 ネット予約 9:30 メルマガ 14:00	26 チャイロ聞き 14:00 顧客管理 16:00	27 ネット予約 14:00 ブログ&FB 16:00	28
29	30					

セミナー・イベント
お申し込みについて

- リウムスマイル！ホームページの「セミナー・イベント」カレンダーよりお申し込みください。
URL : https://riumsmile.jp/calendar_11.html
- セミナー参加費：ユーザー様 3,000円／ユーザー様以外 5,000円 ※質問会・予約管理は無料
- 各セミナー・イベントは前払い制となっております。受講日までにお支払いお願い致します。
- 講座には「パソコン(無線LAN内蔵のもの)」をお持ちください。 ※チャイロ聞き質問会は不要





今月の情報発信の

ヒント



ホームページのブログやメルマガなどで
お客様にお役立ち情報をお伝えするためのヒントをお伝えします！



春は変化の時期。
お客様のやる気を後押ししましょう

4月は新年度！新生活が始まる月です。生活に変化も多く、気候も急激に上昇しお客様の活動も活発になります。誰もが本能的に「生まれ変わりたい」「何かを始めたい」と思う時期です。そんな心境のお客様を後押しできるようなポジティブな提案をお届けできるような情報発信やキャンペーン、イベントを企画してみましょう。

そして月の後半には、上半期の消費の山場であるゴールデン・ウィークが！新規のお客様を迎える体制を整えていくようにしましょう。

最高気温	19.9	最低気温	10.7	平均気温	15.1	相対湿度	59
------	------	------	------	------	------	------	----

大阪(1981~2010の平均値) 気象庁HP気象統計情報

4月のブログ メルマガのヒント

例にあげたキーワードから、自分のお店やサロンでどんな情報発信ができるか考えてみてください。
最初は上手にできなくても、慣れていくとコツが掴めるものです！

◆ 4月の行事・暦・祭り

- 4月 1日：エイプリルフール・イースター
- 4月 8日：花祭り
- 4月13日：十三参り
- 4月14日：春の高山祭（山王祭）
- 4月17日：春土用入り
- 4月20日：土用の丑の日
- 4月29日：昭和の日

◆ 4月のキーワード

春の行楽

バーベキュー・お花見・お弁当・アウトドアグッズ

お花見

お花見グッズ・お花見用お弁当・桜関連料理

夏の準備

ダイエット・部分やせ・紫外線対策

旬の食材

たけのこ・キャベツ・ほうれん草・蛤・鯖・いちご

今はご活躍されているあの人の
「うまくいかなかった時代」のことをお聞きました！

わたしの幸せ未満時代 03

ヒプノセラピールーム ライトウインド 黒田俊之さん

サラリーマン時代のメンタル不調が きっかけでセラピストに

実は、僕がセラピストになったのは、自分自身のメンタル不調がきっかけなんです。

大手のドラッグストアチェーンにいたのですが、医薬品のバイヤーから人事部へ異動となり、そこでメンタル不調になったんです。不調で入院した後に、自分で自分を癒そうと様々な勉強を始めました。

それが（笑）なぜか、「不調だから相談にのってほしい」とか「心理学の講師をやってくれ」とか声がかかって、セラピストに近づいていった感じですね。

一本格的にセラピストになったのは、どんなきっかけがあったのですか？

自分の闘病と、勉強、そしてセラピストとしての活動を並行しながら、職場に復帰したんです。その際に会社から、「全国を回って社員の悩みを聴いてやってくれないか？」と打診されたんです。もちろん、会社には自分がメンタルケアの勉強をしていることなどは告げていません。だから思ったんですね、これは、自分の役目なのかもしれない、と。

それで（笑）・・・退職して、セラピストになったんです。

役割に気づいてセラピストに

一社長の言葉で自分の使命に気づいて、退職した（笑）

そうですね。でも最初はなかなか大変でした。というのも、自分自身の体調がよくないものですから、余裕がない。

人づてにメンタル不調の方のご相談や、カルチャーセンターの心理学講師の依頼など仕事は来るのですが、体調がよくないので辛かったですね。その時はなぜか、カウンセラーさんやセラピストさんなどの人を癒やす仕事の方の相談が多かったと記憶します。

また、収入も少なく大変でした。予約が入っても、身体が辛くてお断りしたり（笑）自分でブレーキをかけていた状態だったと思います。

流れにのることの大切さ

一好転し始めたのは、やはりお身体の回復とともに、という感じですか

そうですね、本当に徐々に身体が回復してきまして、同時に仕事も入るようになりました。身体が楽だと余裕もあるので、自ずと仕事も増えます。

あの時、会社に復帰していたら、僕はもう潰れていたでしょう。身体はキツかったし、収入は大変だったしで順風満帆では無かったのですが、セラピストになって良かったと思います。

大げさな言い方になりますが（笑）自分の魂の役割というか、そういう流れにのることって、本当に大切だと思います。

流れにのるコツは、自分にOKをだすこと

一最後に、今うまく行っていないお店のオーナーさんにメッセージを！

自分もそうでしたが、流れがきたら、少し辛くてもそれにのってみることでいいですね。チャンスが来ても、なかなか流れにのれないものじゃないですか。やらない言い訳をしたりして（笑）でも、迷っている自分にもOKをだす。これが流れにのるコツじゃないでしょうか。

これはよく生徒さんにもお伝えするのですが、今起きていることは自分の心を表している鏡である場合が多いんです。なにか変化が起こった、ということは、自分では気づいていない自分の心の変化の現れなのかもしれません。自分では自分の心の変化に気づいていませんから、起こった変化が問題や人生の壁のように感じてしまいがちですが、実は自分が行きたい方向に進むための変化なのかもしれません。

自分にOKをだして、ちょっぴり背伸びしても良いから流れにのっていけば良いと思います。

一やらない言い訳をしなくて流れにのる。本当にそうですね！
本日はありがとうございました！

Column

リウムスタッフコラム

メルマガクリックレポート機能

前回のこのコーナーで「メルマガ配信を続けるコツ」をご紹介しました。超要約すると、「メルマガを配信することをご自身で楽しみ、気長に続けること」という内容でした。

※まだご覧になられてない方は、リウムスマイル!のホームページの「オミセラブ」のコーナーからバックナンバーを閲覧することができますので、よろしければご覧ください。

ただ、楽しんで続けるにも、頑張って配信したメルマガが、どのように読んでいただいているのか、まったくわからず「のれんに腕押し」状態で続けるのはなかなか辛いと思います。

今回、リウムスマイル!の機能アップデートで、「メルマガクリックレポート」機能の改良を行いました。以前より、見やすくなったかと思しますので、是非活用ください。

メルマガクリックレポートというのは、メルマガの本文に挿入したページリンクや、WEBフォームリンクなどのリンクがどのくらいクリックされたかのレポートを確認できる機能です。

リウムスマイル!の管理画面にログイン後、画面上部ブルーの「メール」タブ-「メルマガ」の順にクリックしていただきますと、送信したメルマガの一覧が表示されます。

メルマガ名	クリック数	クリック率	件数
大阪教室開催のお知らせ【メルマガリウム】	18	8.5%	18
花粉症に備える!【メルマガリウム】	32	12.8%	32

この画面のをクリックすると、このメルマガの本文に挿入されたリンクのレポートが表示されます。

本文に挿入したリンク	ユニーククリック数	クリック数	クリック率
お問い合わせフォーム	116 (7.2%)	274	18
花柳症シーズン到来!鼻、喉、目の処置もケア	273 (9.1%)	311	
お問合せフォーム	100 (4.3%)	254	14

クリックレポート画面では、そのページがメルマガからどのくらいクリックされたのかがわかります。また、WEBフォームの場合は、メルマガからどのくらい登録（送信）があったのかもわかります。この画面をみて、どういうコラムに興味を持っていたかや、どういうイベントに興味を持っていたか、またはその逆などについて検討する材料にしてみてください。

参考までに、弊社でのこれまでの実体験からのデータを申し上げますと、一つのメルマガ内に、「あれもやってます、これもやってます」と色んな情報や申し込みフォームを列挙するよりも、1メルマガで1テーマくらいの濃い内容にして、それについての読者の方が持たれる興味度合い別のリンクを

- とても興味がある人向け（申し込みリンク）
- 少し興味がある人向け（お問合せフォーム、トライアルコースリンク）
- ほんのちょっとだけ興味がある人向け（メルマガでは伝えきれなかったさらに濃い内容へのコラムページへのリンク）

みたいな形で用意するのが読みやすく、また効果的かと思えます。「メルマガクリックレポート」機能、是非、活用してみてください！※本クリックレポート機能は、メルマガ本文エディタ上部のリンク挿入ボタンから挿入したリンクにのみ機能します。



藤田 憲一
取締役最高技術責任者

ようやく暖かくなってきましたね～

ホームページの上部のデザインはできるだけコンパクトに!

リウムスマイル!でホームページを作成されているお客様のサイトを拝見していると、ホームページの上部（上部メニューバーより上の部分）に多くの情報を詰め込まれているページをよく見かけます。ホームページの上部は、もちろん重要な場所ですが、画面の半分程を占めてる方もいらっしゃいます。

そうすると、中身の伝えたい内容部分は画面をスクロールしないと見えないところが多いので、せっかくホームページに訪れたお客様も、たいして中身を見ずに離脱してしまう可能性も大きくなります。ホームページの上部は、スクロールせずに見える部分ですので、入れておきたいことがどんどん溢れ、どんどん表示追加してしまっているのだと思いますが、ここはシンプルにまとめると、スッキリと見やすいホームページになりますよ!

以下の点に気を付けて、今一度、ご自身のホームページを見直してみてくださいね。

【ホームページの上部デザインの注意点】

- ロゴは大きすぎないですか?
※目安は横200px、高さ60px程度がおすすめ
- ロゴ辺りに表示しているホームページのサブタイトルの文章は長すぎませんか?
※長くても3行程度に収めるのがおすすめ
- ヘッダーメニューは複数行になっていませんか?
※一行におさめるとスッキリします
- 右上部に情報を詰め込んでいませんか?
※ロゴの高さ程度に収めるのがおすすめ

リウムスマイル!で作成したホームページのヘッダーは、全ページに共通して表示されます。ここをスッキリとまとめると、ホームページの印象もグッと良くなりますよ!



のーちゃん
WEBデザイナー

やっと寒い冬を抜けて、いい季節になってきましたね～何か新しいことにチャレンジしたいです!

Facebookページの「インサイト」機能

Facebookページにある「インサイト」という機能をご存知ですか? 「インサイト」とは、Facebookページ専用のアクセス解析ツール機能です。

※インサイトはFacebookページへのいいね!数が30を超えると使用できるようになります。

インサイトは開くと、過去7日間の

- ページでのアクション
- ページビュー
- ページプレビュー
- ページへのいいね!
- リーチ
- おすすめ
- 投稿のエンゲージメント
- 動画
- ページのフォロワー

の推移が表示されており、一目で確認できるようになっています。もちろん表示されている期間も変更することは可能です。また、概要ページを下にスクロールすると最近5件の投稿のリーチ（投稿を見た人数）やエンゲージメント（投稿のクリック数、コメント、シェアなど）などを確認できます。

インサイトを活用することで、お客さんはどんなコンテンツを望んでいるのか、どんな記事を投稿すれば反響が得られるのか、といった手掛かりを掴むことができます。Facebookページを管理しているお店・サロンオーナーさんはぜひご活用ください!



じゃすみん
WEBデザイナー

ようやく春!