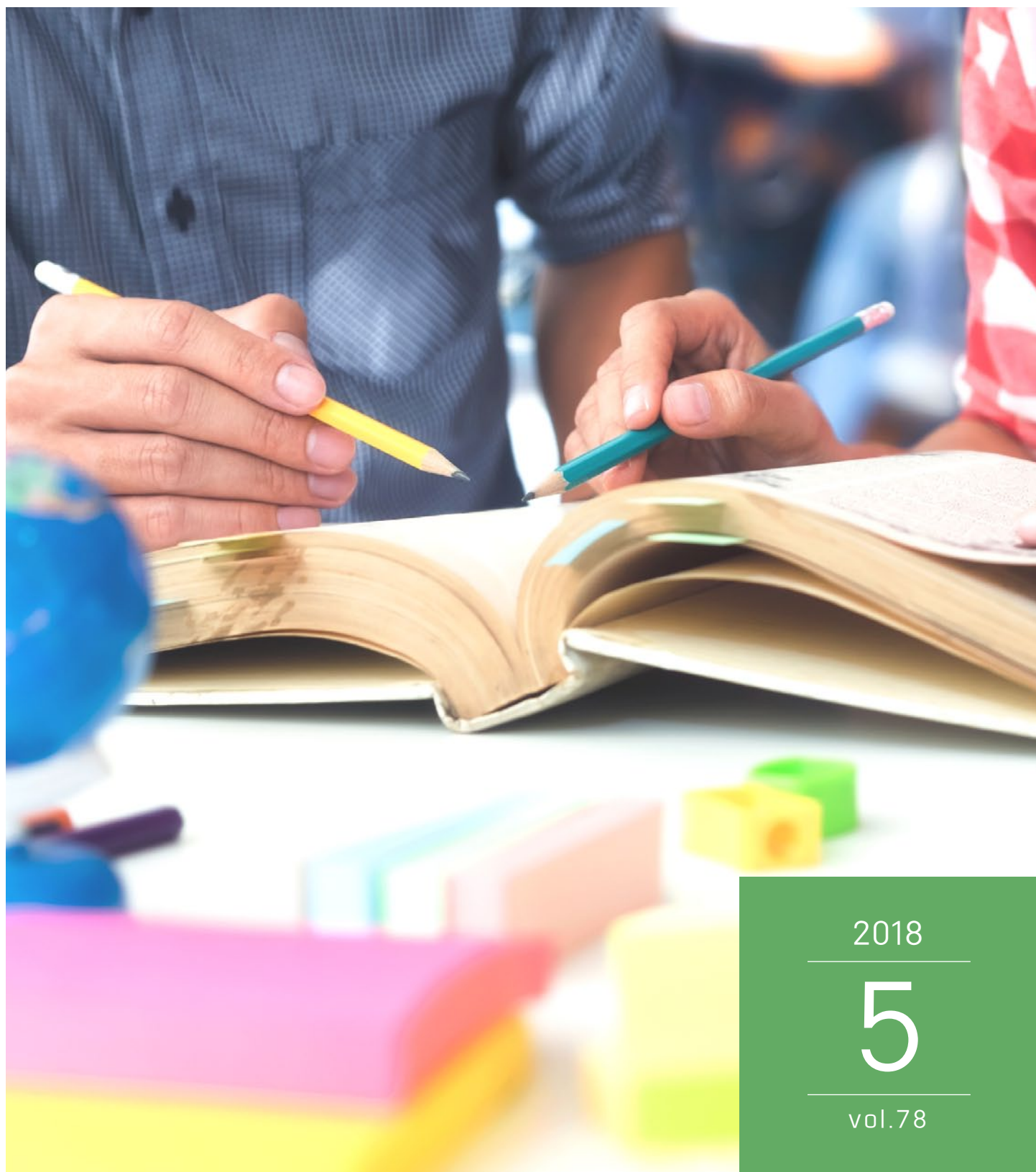


ステキなお店をつくる情報誌

月刊 オミセラブ

3つの個別フォローから始めよう



2018

5

vol.78

特集

3つの個別フォローから始めよう

穂口大悟 代表取締役 お客様係

最近「アイデアがめっちゃ湧いてきて、行動が追いつかなくてあせっちゃうんだよね～」という方とよくお会いします。実は僕もその一人。春はイメージーションが湧いてくる季節なんですよね。アイデアは逃げませんので、着実に一歩ずつがんばりましょう！！



お客様にもう一度ご来店頂きたい、もっとリピートしていただける様になりたい。そんな時に有効なのは「個別フォロー」です。メルマガやニュースレターなどの一斉フォローを継続的にすることも大切ですが、やはり効果目があるのは、お客様お一人おひとりに個別のフォローを行うことです。しかし・・・これめっちゃ手間がかかるんですよ。ということで、今回は、比較的労力が少なく効果が高い個別フォローの方法を3つご紹介します。

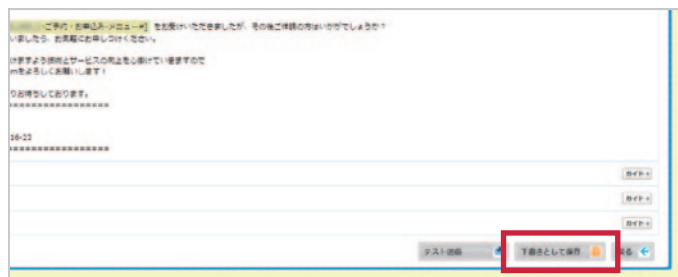
「サンキューフォロー」「ご無沙汰さんフォロー」「バースデーフォロー」

● サンキューフォロー

お客様がお帰りになった後、「本日は（昨日は）ありがとうございました！」というメッセージを送ってフォローします。お越しになったタイミングでフォローするので、「カルテの入力」→「サンキューメールの予約」というようにルーチンにしまえば手間もかかりません。

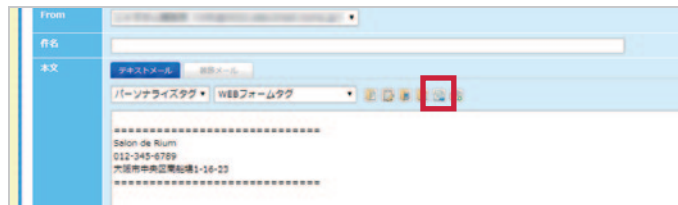
01 | メールを下書き保存してひな形をつくる

「メール」タブ「個別メール」-「新規作成」の後「下書きとして保存」



02 | 下書きメールを呼び出す

管理画面メイン-「顧客検索」にて顧客検索後、「メールボタン」メール画面にて「下書きメール挿入」



● ご無沙汰さんフォロー

ご来店後しばらくご無沙汰してしまっているお客様をフォローしま

す。フォローの手段はお客様との関係によって変えるほうがよいでしょう。仲の良いお客様であれば電話する、LINE友達のお客様であればLINEする、ちょっとだけ知っているくらいのお客様であればFacebookにコメントしてみる・・・アラート機能を利用して、ご無沙汰さんを教えてくれる「アラート」を設定しておくくと便利です。

01 | 「一定期間ご来店のないお客様のお知らせアラート」を仕掛ける

「顧客管理」タブ-「アラート一覧」-「新規アラート作成」最後に接客カルテを保存してから”90日間”等の一定期間経ったお客様のアラートを設定します。

※期間は90日で無くてもOKです。



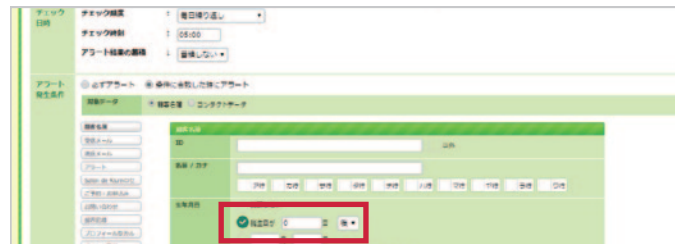
● バースデーフォロー

ご来店時にお誕生日を聞いておくと、お客様のバースデーに個別のフォローを行うことができます。お誕生日特典などを付けたメールを送るなどプレゼントを決めておけば効率的に対応できます。

01 | 「お誕生日お客様のお知らせアラート」を仕掛ける

お誕生日のお客様をお知らせするアラートを設定します。

※お誕生日当日だけではなく、お誕生日前日、今月お誕生日の方などの設定が可能です。



少し手間はかかりますが、効果的な個別フォロー、まずはこの3つからスタートして、自分なりに工夫してみてください。待つばかりじゃなく、お客様が何度も足を運んで頂けるよう、自分から積極的にしかけてください。

05

Seminar・Event Calendar

セミナー・イベント情報

SUNDAY	MONDAY	TUESDAY	WEDNESDAY	THURSDAY	FRIDAY	SATURDAY
		1	2	3	4	5
6	7	8	9  顧客管理 9:30  画像作成 14:00  ネット予約 16:00	10  デザイン 14:00  メルマガ 16:00	11  ブログ&FB 9:30  ネット予約 14:00	12
13	14	15	16  チョイ聞き 9:30  メルマガ 14:00	17  顧客管理 14:00  画像作成 16:00	18  ネット予約 9:30  デザイン 16:00	19
20	21  画像作成 9:30  ブログ&FB 14:00  チョイ聞き 16:00	22  メルマガ 9:30  ネット予約 16:00	23  デザイン 9:30  ネット予約 14:00	24	25  顧客管理 16:00	26
27	28  ネット予約 9:30	29  チョイ聞き 14:00  ブログ&FB 16:00	30	31		

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。 ※チョイ聞き質問会は不要





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！

ゴールデンウィーク対策は 早め早めに計画しましょう！

ゴールデンウィークが繁忙期のお店も、ゴールデンウィークが閑散期のお店も事前の対策が大切！長い休暇がお客様にどのような影響を与えるのかを考えて、キャンペーンなどの対策を打ちましょう。「休暇のため時間があるので何かを集中して行う」「行楽に出かけるのでその準備やケア」などを提案していきたいですね。

また、ゴールデンウィークが終われば一気に夏の雰囲気になりますので、夏に向けての季節感をアピールした早めの情報発信をしていくのもOK。

最高気温	24.5	最低気温	14.2	平均気温	19.7	相対湿度	62
------	------	------	------	------	------	------	----

大阪(1981~2010の平均値) 気象庁HP気象統計情報

5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！

◆ 5月の行事・暦・祭り

5月 2日：八十八夜
5月 3日：憲法記念日
5月 4日：みどりの日
5月 5日：こどもの日・立夏
5月11日：神田祭
5月14日：母の日
5月15日：葵祭

◆ 5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

母の日

カーネーション・母の日ギフト

夏の準備

ダイエット・部分やせ・紫外線対策

梅雨対策

傘・雨具・カビ対策

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 04

そらとうみ 永田しのぶさん



オープン2ヶ月間お客様ゼロ

ー初めてサロンをオープンされた時のことを教えてください

最初は「とにかくサロンがやりたい」というのが先で何にも考えてませんでした(笑)

そもそも、自分がサロンをできるとは思ってなかったの、マンション借りられる事が決まっただけで大喜びで・・・サロンをオープンするのが目的で集客とかまったく考えてなかったの、で当たり前ですね。

ーその2ヶ月は何をしてたんですか？

朝からサロンに行って・・・何もすることないから、ずっとイメージしてました。お客様がいっぱいくるサロンになるイメージ(笑) 当時はブログとか知らないし。

イベント出店がきっかけでお客様が

ーそこからお客様が来るようになったのは何かきっかけがあったんですか？

たまたま、近くであるイベントに出店しないか？ってお話が来て。でも「チャネリングって何？」ってなって、主催者さんが直接受けに来てくれたんです。たぶん怪しいのだったらダメだから確認しに来はったんでしょうね(笑)

そしたら、「これすごいからイベント出で！」って言われて。主催者さんが口コミして下さったんでしょうね、2日間で40人くらいセッションして大盛況でした。

ーそこから快進撃はじまる、と

全然(笑)。たしかに、イベントに来てくれた方から「うちでもやって欲しい」みたいなお声がけいただいて、チャネリングの出張体験会みたいなことをやるようにはなりました。これまでずっとお客様ゼロだったので、お声がけいただけただけの嬉しくて。でもずっと30分1500円のイベント価格だったのでお金は全然入りませんでした。

ーその単価ではいくらやっても厳しいですね

だから思い切って値上げしたんです。30分3000円に。倍なのですごく勇気がいりましたが、お客様は全然反応なく「あ、そうなん？」みたいな。自分で勝手に安売りしてたらダメだなーと思いました。

ーその後お客様は？

イベントでうまく行ったので、イベントにいっぱい出ました。あとはブログを始めて、セラピスト仲間さんができて、一緒にイベントしたり。

とにかくイベントはやりました。

気づいたらスピリチュアルが好きな主婦の「いいいの場」みたいになってて。「誰にもスピリチュアルな話できないけど、ここでは思いっきりできるし、仲間もいるから嬉しい」ってみんな言ってくれて。

ーうーん、わりとトントン拍子で「幸せ未満」って感じじゃないなあ

そんなことないですよ！私とにかくめっちゃ行動したもん。いっぱい無駄なことして、いっぱい失敗したけど行動だけはいっぱいしたんですよ！

ーほほー！では、今頑張っているセラピストさんへのアドバイスは「行動」ですか？

そう！行動と…イメージ(笑)。イメージして、行動するのが現実を変える手取り早い手段ですから。

後、振り返ってみると自分のサロンが「お客様の居場所」になることが結構大切なのかな？と思います。

ーなるほど、「イメージ」と「行動」で「居場所づくり」ですね！ありがとうございました！

Column

リウムスタッフコラム

とてもよくあるお問合せ

今回は、弊社サポート宛てに、よく頂戴するお問合せ事項について、トップ3をご紹介します。

第三位：「ホームページを修正したのに変わらない！」

ホームページを細かく修正作業しているときによく起きる症状です。これは、お使いのPCやスマホにキャッシュと呼ばれる古い情報残っていて、ホームページの最新の状態を閲覧できていない場合に起こります。

ほとんどの場合、ブラウザのアドレス欄付近にある再読み込みボタンなどをクリックするとリフレッシュされます。

第二位：「メールが届かないです」

これ、ご自身宛てや、お客様宛て共によく頂戴するお問合せなんです。ほとんど場合以下の理由です。

- メールアドレスが間違っている（宛先が不明）
- 相手が受信許可をしていない（携帯キャリアメールアドレスの場合、よくあります）
- 迷惑メールフォルダに誤って振り分けられている

特に迷惑メールフォルダに誤って振り分けられているというケースが多くみられますので、まず確認してみてください。

第一位：「ホームページを公開したのに検索しても出てきません」
ご自身の店の屋号などで検索しても、検索結果に出てこないというお問合せも、よく頂戴します。これは、様々な理由が考えられ一概に言えませんが、代表的なものとしては、

● ホームページを公開した直後で、グーグルやヤフーなどの検索エンジンにまだ巡回されていない

ホームページが検索結果に表示されるには、検索エンジンがホームページを巡回して把握する必要があります。それには2週間程度かかる場合があります。

● 屋号が一般名詞などで、ライバルが多い

例えば、「リラックス」といったような一般名詞などを屋号にされている場合は、検索エンジンがその検索意図をお店と判断できない場合や、ライバルが多すぎて検索結果に表示されない場合があります。

屋号をユニークなものにするか、地域名やサービス名などと併せて検索されることを意識して、チラシやSNSに拡散しましょう。

● ホームページに屋号を明記していない

ロゴなどの画像からは、検索エンジンは、屋号を判別できない場合がほとんどです。ホームページのタイトルや、アクセス情報などに、文字で正確に屋号を明記してるか、念のために確認しましょう。



藤田 憲一
取締役最高技術責任者
花粉がすごい…。

ホームページのデザインスキンを一新してみませんか？

暖かい日が増えて一気に春の花も満開になりましたね！

春と言えば、何か新しいことを始めたいかなので、そういう方達に向けてホームページや街中のポスターなども春めいた華やかなデザインに変わっていたりします。

ホームページのデザインも、心機一転春らしさを感じるものに変更されてみてはいかがでしょうか？リウムスマイル！はホームページのデザインを何度でも変更可能です。

▼デザインスキンの変更方法はこちら

http://riumsmile.jp/contents_877.html

リウムスマイル！のデザインスキンはどんどん追加されていきますので、コーポレートカラーなどを取り入れたデザインを意識して変更してみてください。

また、サービスメニューなどのバナーは「バナーライブラリ」にたくさんご用意しております。まだご覧になられたことがない方は是非ご確認ください。

バナーライブラリは、編集ページのリンクバナー設定エリアにある「ライブラリから選ぶ」ボタンを押してくださいね。

また、有料とはなりますが、リウムではユーザー様限定で、画像作成サービスを行っています。

- ヘッドライン画像をイメージピッタリのものにしたい！
- メニューバナーを内容がわかるものにしたい！
- オリジナルの画像、自分で作れそうにないわぁ…

など、ご希望の方は参考にご覧ください。

▼ホームページ画像作成サービス

http://riumsmile.jp/webform_43.html

新しいことを始めるにピッタリのこの季節、ホームページのデザインも心機一転して新しいお客様に響くように考えてみてはいかがでしょうか？

リウムスマイル！は、皆様の使い勝手向上のために日々改良を続けていきます！操作について何かお気づきの点やご不明な点等ございましたら、いつでもお問合せお待ちしております。



のーちゃん
WEBデザイナー
私も心機一転！断捨離します！

お客様の声、載せてますか？

リウムスマイル！のお手本を利用すると、必ずお客様の声ページが作成されます。お客様の声を集めてないから…とページを消してしまう方もいますが、実は「お客様の声」ページって結構見る人が多いんですよ！エステサロンさんやヒーリングサロンさんなど、直接肌や心に触れたりするサービスを行っているサロンなら、メニューの次に見られることが多いようです。

お客様の声はその名の通り、お客様が感じたことや思った事など率直な意見が書いてあるので、イコール「実績」と捉えることができます。人によって体質や感じ方なども様々ですが、「実際に体験し

た他のお客様の言葉」は信頼度が高く、初めてサロンに訪れようとしている人の気持ちを左右するものです。このコラムを見ている方も、ホットペッパーやぐるナビなどでお店のクチコミを見て、お店・サロンを決めたことはあるかと思います。

お客様へのアンケートを取ってない方は、今からでもアンケートをとってお客様の声を集めることをおすすめします。そして、集めたお客様の声はホームページに載せて、お客様から信頼してもらえる充実したホームページにしていましょう。



じゃすみん
WEBデザイナー
暖かくなってお出かけ日和！