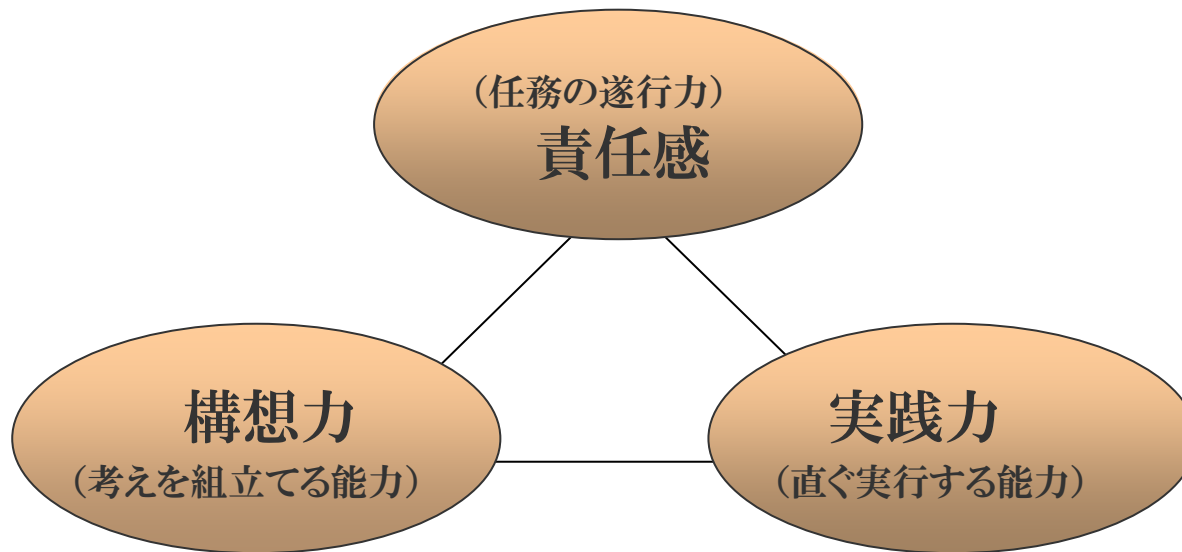


## 1. 繁盛店づくり4ステップ。

### ● 先ず、全員がプロ精神を持つ！

そのためには、仕事を通じて自己を鍛えることであり、目指すべきは、「**正三角形の精神姿勢の確立**」にあります。その三辺について、客観的に評価を加えながら、成長を図らねばなりません。まず、「**全従業員が何のために仕事をするのか**」についての認識を高めることが大切です。

つまり「**仕事に対して主体的に取り組む人材に育てること**」から始まります。これこそが繁盛店づくりの核となります。



## ● 繁盛店づくりの4ステップ。

経営の目的は「顧客数を増やして、利益を挙げること」のツウウェーです。つまり、「どのようにして再来店を促し、固定客化して行くか」にあります。このことの実現のために、次の**4つのステップ**を踏むことから始まります。

### ● 第一のステップ = 存在の認知

( 店のイメージ・告知物の印象)

まず「**こんな店がありますよ**」

ということをお客に知ってもらう努力をします。

「**店名・外装・ロゴマーク・外から見た雰囲気・告知物の内容**」等からのイメージが問われます。店の顔ですから、目立つようにすることが重要です。

そのためには、くり返して「**店の存在を知ってもらう**」、という行動が求められます。

- **第二のステップ＝内容の認知**(店内の雰囲気・店内の設備力)  
外から見て店の内容に興味・関心、そして好感を持たれるように演出することが重要です。  
このように、良い感じを演出するのが「**内容認知の活動**」です。

- **第三のステップ＝好感の認知**(接遇力)(商品力)  
「**存在の認知**」「**内容の認知**」がされると、そこで初めて顧客がサロンに入ってきます。この瞬間、スタッフはキャストになって、それぞれの立場で配役を演じることで店内のムードは一変します。  
明るい笑顔・親密感のある接遇によって、他店との違いを単純明快に、「**この店は凄い**」と感じさせるのがこの瞬間です。

## ● 第四のステップ＝信者客化(親密度の向上)

信者客は、従業員に代わってサロンの活動に参加します。  
つまり、「あそこの店はいいよ、一度行ってごらん」と、  
私たち従業員に替わって口コミ宣伝をしてくれます。  
「口コミに勝る販促ツールはない。」これは時代を超えた金言です。  
これこそが、「紹介客が増える核」となり繁盛店につながります。

このことを繰り返しながら時流環境の変化に対応し、常に自店の能力レベルを高めて行くことが重要です。

但し、成果を高めるためには、全従業員が行動の意味を理解することから始まります。  
つまり、その行動の結果が自分たち一人ひとりの「**将来の夢実現**」につながることを、しっかりと認識させることが大前提です。

このように「**全従業員の納得と理解が、成果を高めるカギである。**」このことを認識しなければなりません。