

美容室成功レポート2018
無料進呈¥0

生産性40万円の美容室が
“カラー会員型サロン”にシフトして
生産性120万円を
達成した秘密とは

残業時間**ゼロ**

営業時間**3時間短縮**

完全週休**2日**

客単価**7,500円超**

来店周期**30日**

カラー比率**70%**

成功モデル企業特別レポート

有限会社リッツが新カラー会員型サロンで
生産性120万円を達成した秘密を大公開

1. 営業時間を**3時間短縮**しても生産性**120万円**
2. 入社時からカラー塗布ができる**超早期戦力化教育**
3. 来店周期30日、次回予約率70%、カラー比率70%を達成する**ストック型カラー会員制度**
4. 単価が下がるといわれるカラー会員で**単価7,500円超を実現**



有限会社リッツ 代表者

喜田 健三氏

主
催



明日のグレートカンパニーを創る

Funai Soken

株式会社 船井総合研究所

〒541-0041 大阪市中央区北浜4-4-10 船井総研 大阪本社ビル 担当: 浅井

カラー会員型サロンで生産性120万円を達成した美容室の仕組み

お問い合わせNo.S027076

TEL.0120-964-000 平日 9:30~17:30

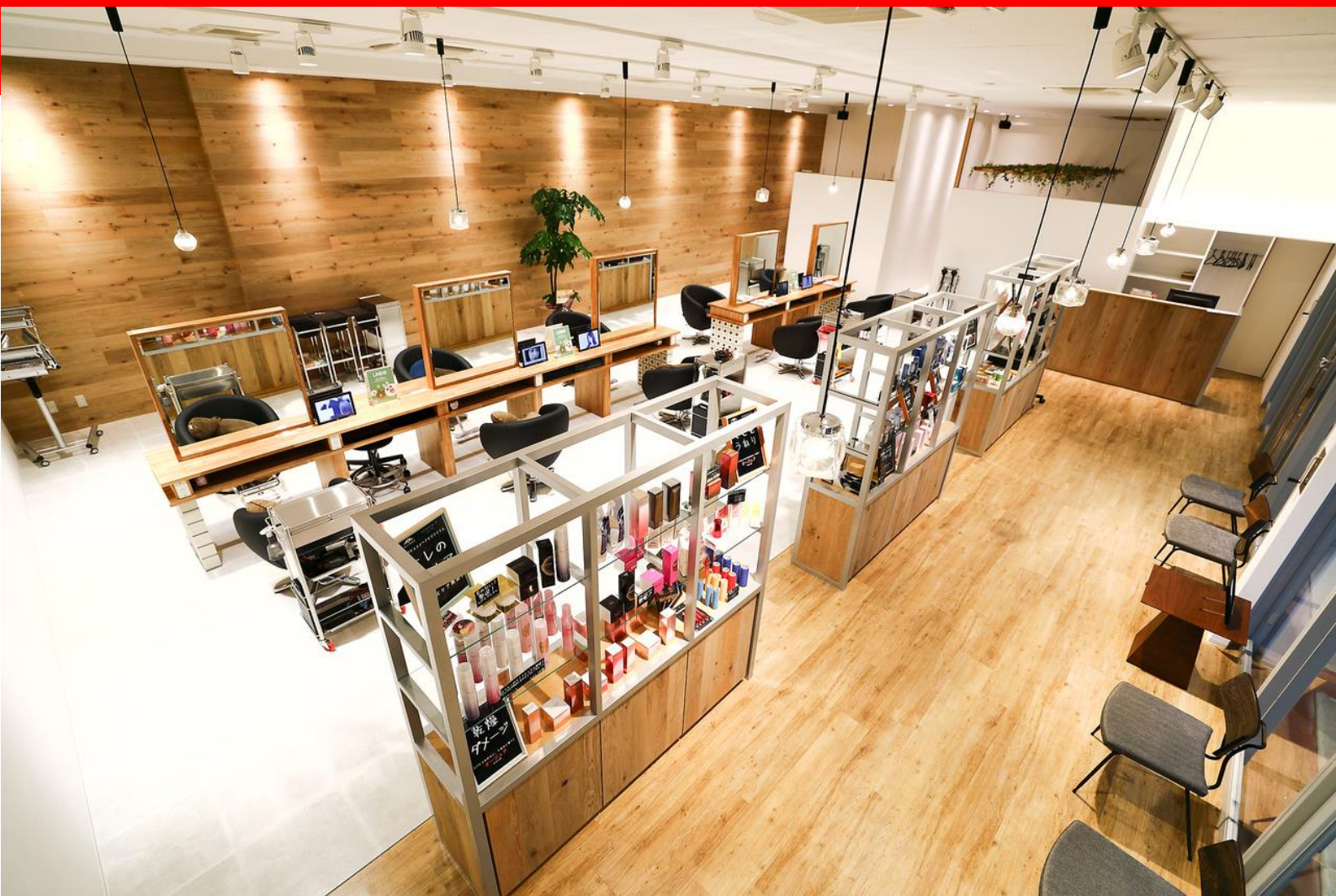
FAX.0120-964-111

24時間
対応

WEBからもお申し込みいただけます。(船井総研ホームページ[www.funaisoken.co.jp]右上検索窓に『お問い合わせNo.』を入力ください。) → 027076

美容室の「新」ビジネスモデル最前線

生産性120万円/営業時間3時間短縮/客単価7,500円超
“失敗が多い”と言われる「カラー会員型サロン」の成功の仕組みをひも解く



有限会社リッツ

サロン名 ストーリア
エリア 香川県高松市・丸亀市
年商 1.6億円
店舗数 4店舗
スタッフ数 22名
生産性 120万円(平均70万円)



代表取締役
喜田 健三氏

有限会社リッツ2代目代表取締役。
カラー会員型サロンのビジネスモデルを駆
使し、生産性120万円超、カラー比率
70%、次回予約70%を超える人気店
に成長。さらに近年では営業時間3時
間短縮や残業ゼロなど革新的な取り組
みを多数実施している。
結果が出る仕組みづくりや早期戦力化
の育成方法には業界問わず高い評価を
得ている。

このレポートを見て頂いている皆様は最近こんな言葉を耳にするケースが多いと思います。「このまま“普通”の美容室では生き残れませんよ」「これからはより一層自社のウリを明確にしていかなければいけません」と。

確かにこれらの言葉の裏付けとして、美容業界ではあらゆる専門業態が今までの倍、いや3倍以上のペースで出現してきています。「カラー専門店」「面貸しサロン」「髪質改善サロン」など枚挙にいとまがありません。

しかし、自社を見直した時に「何から始めたら良いのか分からない」という声がとても多いのも事実です。本レポートでは、普通の美容室から大躍進を遂げたビジネスモデルの「カラー会員型サロン」で圧倒的数字を出し続ける有限会社リッツの秘密に迫ります。

有限会社リッツのカラー会員型サロンにシフトした後の数値がこちら↓



1
注目ポイント
after : 生産性120万円
before : 生産性40万円

2
注目ポイント
after : 営業時間9~18時
before : 営業時間9~21時

3
注目ポイント
after : 残業ゼロ
before : 残業月20時間

4
注目ポイント
after : 客単価7,500円
before : 客単価5,000円

5
注目ポイント
after : 来店周期30日
before : 来店周期75日

6
注目ポイント
after : カラー比率70%
before : カラー比率38%

「美容室成功レポート2018」

生産性40万円代だった美容室が
「カラー会員型サロン」を導入し
生産性120万円を達成した
美容室成長ストーリー

有限会社リッツ

代表取締役 喜田 健三氏

単価5,000円・生産性40万円・・・ サロン体質を変えていきたいと悩んでいたマネージャー時代

－喜田さんは2014年に有限会社リッツの3代目オーナーになられたと伺いましたが、オーナーになる前のお話を聞かせてください。－

私が入社したのが2000年頃ですが、当時は父が経営をしており、丸亀の1店舗を展開しておりました。単価が5,000円・生産性40万円代で10名のスタッフで一日70名受け入れるような今とは全く違うタイプのお店でした。当然スタッフ一人当たり7名をこなすようなお店でしたので、非常に忙しかった記憶があります。しかし生産性で見ると課題があり、この部分は改善していなくてはずっと考えておりました。そんな中、新たなチャレンジとして2007年に高松市に新ブランド「ストーリー」という名前で出店しました。

2017年9月リニューアル 1号店丸亀店



チャレンジだった高松市への出店！ お客様が全く入らず、カラー会員型サロンを導入！

－ 2007年高松にオープンされたストーリーアのお店は順調だったのでしょうか？ －

高松の出店はかなり苦戦しました(笑)丸亀から高松へは当然距離があるので既存のお客様には来て頂くことが難しいですし、ストーリーアという新ブランドでのオープンでしたので知名度もなく、お客様を集めることが全然できませんでした。当時、私は売上150万円ほどのスタイリストだったので、自信はあったのですが、この時ばかりは悩みましたね。。

この時の経験から、今のやり方を本気で変えていかなければいけないということを考え始めました。

－ 確かに新しいエリアでのゼロからの出店は厳しいという言葉をよく耳にします。そこから伸ばすことは大変だったと思いますが、その課題に対して、どのように改善していったのでしょうか？ －

そうですね。オープン時の集客ができないという課題に加えて、うちは非常に売上の季節変動が激しく、繁忙月と閑散月で10～20万円生産性の差が発生していました。今後はこの季節変動をなくし、できる限り安定した売上を上げていかなければいけないと考えておりました。そこで取り組んだのが「カラー会員型サロン」の導入です。実際に取り組みをしているサロンのお話を聞き、生産性は100万円、単価も7,000～8,000円ということのうちにとってはやらない理由はありませんでした。当然スタッフの中には一時的にカラー単価が下がるので「カラー会員？」という者もいましたが、部分最適ではなく、組織の全体最適で考え重要性を何度もスタッフに説きながら、カラー会員型サロン導入に向けて動きを進めていきました。

そこからサロンの快進撃が始まりました。

有限会社リッツ初めての高松市の美容室(ストーリーア 郷東店)



導入3年間でカラー比率38%→70% カラー会員型サロンで飛躍し、レインボー店を出店！

ーカラー会員型サロンで大きく前進していくのですね。ちなみに、有限会社リッツさんで取り組まれているカラーチケットはどのような仕組みなのでしょうか？ー

うちの場合、カラー会員はあくまでVIP顧客育成のための仕組みに過ぎません。もう少し分かりやすくお伝えすると、カラー会員はVIP顧客になって頂くための入り口として、うちに継続して通って頂くための手段です。

カラー会員は1年間だと計12回カラーをお得な価格で来店する権利が得られるので、その分お客様にはトリートメントやスパなどのプラスメニューを楽しんで頂くように提案しています。

ーVIP顧客への流れを明確にされたのがポイントですね。カラー会員を導入するサロンは「単価が下がる」「スタッフの反発が出る」というお話もよく聞くのですが、導入後の状況はどうだったのでしょうか？ー

まずはカラー会員を販売していく人を絞って始めたので、スタッフも提案しやすく順調にカラー会員購入者が増加していきました。課題であった季節変動が激しかった売上も改善されていき、導入3年間で生産性・単価・カラー比率・トリートメント比率も大きく改善し、すべてにおいて業界平均を上回る数字にまで成長しました。

カラー会員型サロン導入前

生産性	40万円
単価	5,000円
カラー比率	38%
トリートメント比率	10%未満



カラー会員型サロン導入後

生産性	60万円
単価	7,500円
カラー比率	70%
トリートメント比率	30%

有限会社リッツ 3 店舗目の美容室(ストーリー レインボー店)



カラー会員をフロントとして年間10万円以上の顧客を生み出す有限会社リッツのVIP顧客育成フロー

－ 3年間で生産性、単価ともに1.5倍成長はすごいですね！具体的にどのような部分が成功のポイントだったのでしょうか？－

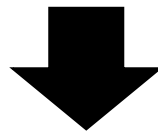
特に大きなポイントは2つあると思います。

- ①VIP顧客の育成フローを明確にしたこと
- ②プラスメニューの提案を徹底したこと

自店のVIP顧客フローを作ること各スタッフもお客様に対して次に何を提案したら良いのか非常に分かりやすくなりました。カラー会員というカラーの安さばかりが際立ってしまいが、カラーだけで来店して頂くとそれは「カラー専門店」になってしまいます。あくまでカラー会員とは、カラーを通じて「来店する習慣」を作っていただくための手段に過ぎません。その先にある「365日髪の毛を常にキレイに保っていただく」VIP顧客作りのために、トリートメントやスパなどのケアメニューを活用していきます。既に1か月周期で来店されている方に対しては、カラーは安く利用して頂き、その分浮いたお金でそれ以外のメニューを楽しんで頂く提案をすることで単価が下がることは発生せず、むしろ年間の購買金額が上がりました。

一般サロンの場合

メニュー	カラー	カット	スパ	トリートメント	店販	パーマ	合計
内容	年4回フル 4,000円 ×4回	年4回 4,000円 ×4回	4,000円 ×2回	5,000円 ×2回	3,000円 ×2 セット+a	6,000円 ×2回	4回来店
年間売上	16,000円	16,000円	8,000円	10,000円	6,000円	12,000円	68,000円



リッツの場合

メニュー	カラー会員	カット	スパ	トリートメント	店販	パーマ	合計
内容	1年会員	年6回 4,000円 ×6回	4,000円 ×6回	5,000円 ×6回	3,000円 ×6 セット+a	6,000円 ×2回	12回来店
年間売上	24,000円	24,000円	24,000円	30,000円	18,000円	12,000円	132,000円

カラー会員を軸に営業時間3時間短縮！残業ゼロ！ 今後は常時生産性100万円を目指す！

－ カラー会員が会社の大きな飛躍の原動力になったのですね。カラー会員サロンにモデルを転化したことで会社にどんな変化がもたらされましたか？ －

そうですね！一番は生産性が上がり、順調に3店舗目まで出店を成功させることができました。利益が十分に上がる状況を作ることができたので、働くスタッフの環境整備に目を向けることができるようになりました。2014年に私がオーナーになった時に、思い切って営業時間を3時間短くするという取り組みを行いました。

－ 営業時間3時間短縮ですか!?(笑)それはすごいですね。どのように進められたのですか？ －

確かに普通だとやらないですよ(笑) スタッフから反発もありましたが、勝算はありました。カラー会員をやると毎月来店して頂ける流れができるので次回予約率が飛躍的に向上します。次回予約率は70%で、中には年間で予約を取るお客様もいらっしゃいます。

要するにお店側で主導権を握ることができるのです。営業時間を短くしても空き時間を作らなければ今の生産性を維持することはできると思い、予約のシミュレーションをした時に可能だと判断しました。

－ 実際に営業時間短縮に取り組んでみてどうでしたか？ －

生産性をキープし、営業時間削減を達成することができました。翌年には残業ゼロや入社前教育にも取り組み成果を上げることができました。会社全体で今年も達成してやろう！という機運が高まってきているように感じています。



－ 素晴らしい成果ですね。リッツ様のように挑戦し続けることというのはなかなか難しいことかと思いますが、心掛けていらっしゃるなどありますか？ －

期間を決めてまずやってみるということです。カラー会員に取り組んだ時も営業時間を短くする時もそうだったのですが、良いと思ったことはまずは最低半年間徹底的にやってみます。ただしその時に必ず達成するためのゴールや目標を決めます。カラー会員の場合であれば半年間でスタッフ一人当たり40人には買っていただくという感じです。それで結果が変わらなければ止めればいい、それだけの話です。

リッツではこれから平均生産性100万円を本気で目指していきます。決して簡単な道ではないですが、今のスタッフ全員と力を合わせてこれからも進み続けます！

なぜ、有限会社リッツは ここまでお客様からの支持を集めることができるのか？

こんにちは。船井総研の富成将矢です。喜田社長のインタビュー記事はいかがだったでしょうか？たくさんのビックリ事例に驚かれた方も多いのではないのでしょうか？

たとえば、

- スタッフ一人当たり生産性120万円を達成！
- 残業時間ゼロ・営業時間3時間短縮でも生産性が向上！
- カラー会員を導入しても客単価が7,500円超！
- 平均90日の来店周期が30日に短縮！
- カラー会員を軸とし、カラー比率・次回予約が70%超！

と、ここだけ切り取ってみても、業界でもかなりビックリするような数字が立ち並びます。実は有限会社リッツ様はもっと細部まで取り上げればきりが無いほどのビックリ事例をお持ちです。

そのような中、特に美容室経営者の皆様に感じていただきたいことは、いかに時流に合わせた経営をすることが大切か、ということです。皆様もご承知のように美容室経営を行う環境は年々厳しくなっています。社会保険の引き締めや労働時間の短縮化、美容師の求人難、集客ポータルサイトの高騰などなど。。いくなれば逆風です。ただその中で、成功している美容室は必ず成長させるための独自固有の「ビジネスモデル」が存在します。今こそ自社のビジネスモデルを作り、磨きこんでいく必要があります。

世の中を見渡してみても「美容室の成功事例」などの文字が溢れかえり、業界紙などでも本当に多くの情報が手に入る昨今において、自社は何に取り組むべきなのか取捨選択をすることが難しい時代に入っています。

そんな中、皆様の会社は小手先のノウハウに飛びついてばかりで、有限会社リッツ様のようにビジネスモデルの確立が出来ているでしょうか？

もし、有限会社リッツ様のようにビジネスモデルを確立することが出来たなら、あなたのサロンはもっと地域の中で必要とされる存在になるでしょう。しかし、旧態依然の対応を行っていれば、時代とともに淘汰されてしまいます。今後、誰がどのようにあがこうが、生き残るか否かは二極化する時代がやってきます。

ここでは、改めて今回ご紹介したカラー会員型サロンを成功させる5つのポイントをお話しします。

カラー会員型サロンで生産性120万円を達成するための5つのポイント

ポイント① カラー会員で終わらず、VIP顧客フローを明確にする

ポイント② 1回の客単価よりも来店頻度を高め、年間購買金額を高める

ポイント③ 空き時間を作らない(次回予約の向上、タイムマネジメント)

ポイント④ 見込み客(カラー)を獲得するための集客に特化する

ポイント⑤ アシスタントの生産性を上げる早期戦力化

現在、カラー会員をやっているサロンで売上が横ばいもしくは上がらないというのは、上記のポイントが抑えられていないから、ということが往々にしてあります。

有限会社リッツ様はカラー会員を軸に顧客基盤を作り、年間で合計12回を来店して頂く仕組み、年間10万円顧客までの育成フローを明確にされたことが高い生産性を実現できた最大の要因となります。

また有限会社リッツ様はカラーを主軸としているため、アシスタントの早期からお客様と接点を持つことができ、生産性を生み出すことができます。美容師のスタイリストデビューまで一般的に3～4年かかるといわれていますが、この修行期間をゼロにしていく工夫がサロン全体では必須になります。安定的に来店して頂ける仕組みづくりは対お客様だけでなく、会社のことを考えても絶対に必要不可欠な要素です。

今回の有限会社リッツ様が伸ばされた大きな要因は何度も申しますが、「カラー」を主軸とした顧客基盤を作られていることです。本ページでは、なぜカラーが今の時代必要になるかというところに焦点を当てたお話をしていきます。

現代においてカラーを伸ばす理由は大きく2つあります。

一つ目は、人口構造の変化によるから。

二つ目は、カラーがお客様にとっての“必需品”となり得るから。

まずは、下記の表をご覧ください。

【女性人口の推移】

単位：1,000人	40代前半	40代後半	50代前半	50代後半	60代前半	合計
2014年度	5,754	4,171	3,854	3,881	4,905	22,565
2017年度	5,615	4,592	3,939	3,791	4,151	22,088
伸長率	➡ 98%	⬆ 110%	⬆ 102%	➡ 98%	⬇ 85%	➡ 98%

出典元：総務省統計局「総合統計書」

この表は女性の人口推移を表した表です。全体的に人口が減少傾向に関わらず、唯一伸びている世代が「40代後半」「50代前半」の団塊ジュニアと呼ばれる層です。そして、この40・50代の女性の中で最も多い悩みが“白髪”といわれています。白髪を解決するメニューはカラーです。現状美容室のメニューで伸びているのは“カラー”と“トリートメント・スパ”などのケア系のメニューのみです。人口が増える世代の利用率が多いのは、圧倒的にカラーですから、カラーを中心に顧客基盤を作ることによって地域一番店シェアを獲得しやすくなります。

二つ目のカラーがお客様にとっての“必需品”となり得るからということについてですが、分かりやすい例を元にお話したいと思います。例えば、あなたが歯医者に行き、歯医者から「〇〇様の状態ですと必ず2週間以内に来てください」と言われたらほとんどの方が2週間以内に予約をとられると思います。それはお客様が「必要」だと感じているからです。美容室の場合、白髪はコンプレックスになるので、「必要」だと感じて来店してもらえる可能性が高まるのです。

下記にはカラーを伸ばした際のサロン側のメリットを記載しました。

カラーを主軸とする美容室の5つのメリット

メリット① スタイルの退職によって売上が下がらない

メリット② 来店周期が短くなり、年間購買金額が上がる

メリット③ 新規再来率・固定再来率が上がる

メリット④ アシスタントの生産性も上がる

メリット⑤ 次回予約率が上がり、売上の季節変動が小さくなる

いかがでしたでしょうか？ここまで読んでみて自社では難しいと思われる方も多いのではないのでしょうか？

しかし、有限会社リッツ様も最初はこのような状況ではなく、元々は生産性50万円を切る普通の美容室だったのです。チャレンジするのに遅いも早いありません。今、この気づいた瞬間に一步、行動を前に起こすかどうか、その一步が貴社の10年後の未来を大きく変えることになるのだと思います。是非、その一步を踏み出してみてください。

カラー会員型サロン構築緊急度合い チェックpoint

- ☐ 平均生産性が50万円以下である
- ☐ ファッションカラーよりグレーカラーのお客様のが多い
- ☐ 40代以上のお客様の比率が半数以上である
- ☐ 昨年よりも稼動カルテ枚数が減少している
- ☐ 新規客比率が10%を切っている
- ☐ 新規一人当たり集客コストが5,000円以上である
- ☐ 新規リピート率が40%を切っている
- ☐ スタイルストデビューまでの期間が3年以上である
- ☐ 昨年よりも来店頻度が低くなっている。
- ☐ ウリにしたいメニューや商品が明確に決まっていない
- ☐ V I P顧客育成フローがない、そもそもV I P顧客の定義がない
- ☐ カラー比率が40%以下である
- ☐ スタッフの退職に応じて、売上が大きく下がる
- ☐ スタッフの離職率が毎年20%を越えている
- ☐ 生産性を上げるために、何から手をつけて良いか分からない
- ☐ いろいろやっているが、成果に結びつかない

もし、1つでも当てはまる項目がある方は、
この「カラー会員型サロン」のビジネスモデルをしっかりと構築することで
今まで以上に業績を上げることの出来るチャンスがあります！

▶▶▶ 次のページにどうぞお進みください。

「美容室成功レポート」をお読み頂いた

熱心な経営者様へ **セミナー** のお知らせです。

前回セミナー

**満員
御礼**



カラー会員型サロンで生産性120万円を達成した美容室の仕組み

今回のセミナーは、昨年も満員御礼のセミナーとなった

有限会社リッツの喜田社長がご登壇！

有限会社リッツの成功の秘訣を語って頂きます！

東京会場

1月16日（火）

1月22日（月）

お忙しい中、お読み頂きありがとうございました。いかがだったでしょうか？

きっとここまでお読みいただいた経営者様は、「有限会社リッツってどんな会社なんだ？」とご興味を持っていただけたのではないかと思います。もしかしたら今回初めて有限会社リッツという会社を知った、という方も多くいらっしゃるかも知れません。

私が今まで300社以上の美容室を見てきた中でも、有限会社リッツ様はトップクラスで「高生産性×働き方改革」を実現できており、かつ独自のビジネスモデルを持ちながら業績を伸ばしておられる会社様です。

そんな喜田社長には今回満を持して、ゲスト講師としてご登壇いただける運びとなりました。

実際、喜田様にお話し頂くセミナーは今年最初で最後の講演になるかもしれませんが、喜田社長も「せっかく話すなら本音で色々なことお話しますね」とおっしゃっていただいております。

「なぜは生産性120万円を達成することができたのか？」「有限会社リッツのビジネスモデルとは？」「カラー会員型サロンの戦略・成功ポイントとは？」「VIP顧客の増やし方とは？」「カラー会員型サロンを取り組む際のスタッフの巻き込み方」など今回は有限会社リッツの成功の秘密を一挙に大放出して頂く予定です。

私たち船井総研では、2000年頃から美容室のコンサルティングをはじめ、現在全国で70社以上の美容室様の支援をさせていただいております。店舗を出せば業績が上がる、という時代もありましたが、現在ではそうではありません。美容室も乱立していますが、多くの美容室は鳴かず飛ばずの状況が続いています。

しかし、インタビューにもあったように、有限会社リッツは違います。美容室の平均生産性が50万円に対して、常時70万円超を達成しており、さらに12月には120万円を達成されております。これは、私たちのご支援先の中でも代表事例の一つとなっております。

今回のセミナーでは、実際に有限会社リッツのカラー会員型サロンの実際の事例をお見せしたり、更には日本トップクラスの生産性を誇る有限会社リッツがどのように変化してきたのか、普段知ることの出来ない情報を喜田社長に直接語っていただきます。

喜田社長にできる限り本音で語って頂くため、不特定多数の方に見せることのできない内容もあります。もし商圏のバッティングなどが見られるなどの理由がある場合は、セミナーにお申し込み頂いてもお断りさせていただく場合がございますのでご了承ください。それぐらい本気で成功事例を語らせていただきます。

今回はご多忙の中、喜田社長に2日間お話をして頂くことになりました。

非常に貴重な機会になりますので、遠方の方も奮ってセミナーにお越しくださいませ。

ちなみに、2017年2月に開催させていただきました「美容室セミナー」は東京会場が満員御礼、キャンセル待ちの状態になってしまいました。

今年は広めのお部屋を用意しましたが、それでも先着60席のご用意となっております。是非お早めにお申し込みください。

前回セミナー
満員御礼



成功事例
満載のセミナーです



業績が上がりづらくなってきた現代ではありますが、地域密着で、地域になくてはならない美容室として活躍することを目指す美容室様を私達は全力で応援したいと思っております。そして、業界を発展させたい、と本気で思っています。会場でお会いできることを楽しみにしております。長時間お読み頂き誠にありがとうございました。

株式会社船井総合研究所
美容チーム チームリーダー

富成 将矢

カラー会員型サロンで生産性120万円を実現した美容室の仕組み

有限会社リッツが失敗しやすいカラー会員型サロンで成功した秘密とは！？



美容室が、**今**、取り組むべきビジネスモデルがわかる1日

東京
会場

2018年

1月16日(火) or 1月22日(月) 13:00~16:50

step 1

今、必要とされる美容室の
ビジネスモデルとは？

- 激変する美容業界で生き残るビジネスモデルとは
- 地域密着型美容室が生産性120万円を達成するためのカラー会員型サロンビジネスモデル設計方法
- “コミュニティ化”に突入する美容室業界に必要なVIP顧客育成の考え方

株式会社船井総合研究所
美容チーム チームリーダー

富成 将矢

step 2

有限会社リッツが
生産性120万円を達成した理由

- 生産性120万円を達成するまでの道のり
- 有限会社リッツのカラー会員型サロンで大きく成長したビジネスモデルの仕組みとは
- 変化の激しい時代で結果を出し続ける有限会社リッツの高速PDCAの方法とは

ゲスト
講演

有限会社リッツ

代表取締役 喜田 健三氏

step 3

普通美容室がカラー会員型
サロンで生産性120万円を達成
するビジネスモデル大公開！

- カラー会員型サロンモデル事例一挙大公開
- 年間購入金額10万円以上のVIP顧客を増やすための最新の新規集客手法とは
- 普通美容室でもカラー会員型サロンで単価UP & スタッフのやる気がアップする仕組みとは

株式会社船井総合研究所
美容チーム

高島 恵

step
4

貴サロンが明日から取り組むべき、
業績が上がるカラー会員型サロンの作り方

株式会社船井総合研究所
美容チーム チームリーダー

富成 将矢

下記にチェックの入った方には必見のセミナーです。実際の写真や実際のツール、実際の数字を使って、講演させていただきます！

- ☐ 平均生産性が50万円以下である
- ☐ 昨年よりも稼働カルテ枚数が減少している
- ☐ 40代以上のお客様の比率が半数以上である
- ☐ スタイリストデビューまでの期間が3年以上である

- ☐ ウリにしたいメニューや商品が明確に決まっていない
- ☐ 自店のVIP顧客育成フローが存在しない
- ☐ カラー比率が40%以下である
- ☐ スタッフの退職に応じて、売上が大きく下がる



満員御礼キャンセル待ちになる可能性があります。

ご興味をお持ちの方は
今すぐお申し込みください

開催概要

お問い合わせNo.**S027076**

日時・会場	2018年 1月16日(火)	2018年 1月22日(月)	開始 13:00	終了 16:50
	(受付12:30より)			
対象	(株)船井総合研究所 東京本社			
	〒100-0005 東京都千代田区丸の内1丁目6番6号 日本生命丸の内ビル21階			
ご参加料金	「JR東京駅」丸の内北口より徒歩1分			
	諸事情により、やむを得ず会場を変更する場合がございますので、会場は受講票にてご確認ください。 また最少催行人数に満たない場合、中止させていただく場合がございます。尚、中止の際、交通費の払戻し手数料等のお支払いはいたしかねますので、ご了承ください。			
お振込先	わずか60名の美容室経営者様が対象です。			
	下記口座に直接お振込下さい。			
お申込方法	三井住友銀行(0009)近畿第一支店(974)普通 No.5785745 口座名義:カ)フナISOウゴウケンキユウシヨ セミナーグチ			
	お振込口座は当セミナー専用の振込先口座となっております。 ※お振込手数料はおお客様のご負担とさせていただきます。			
お申込・お問合せ	●受講料のお振込は、開催日の一週間前までをお願いいたします。			
	●ご参加を取り消される場合は、開催日より3営業日(土・日・祝除く)前の17時迄にお電話にて下記申し込み担当者までご連絡くださいますようお願いいたします。 それ以後のお取消しの場合は、受講料の50%、当日および無断欠席の場合は、100%をキャンセル料として申し受けまますのでご注意ください。			
講演収録CD & テキスト	FAXでお申し込み：裏面FAXお申し込み用紙に必要事項を記入の上、 0120-964-111 までご送付ください。			
	WEBでお申し込み：船井総研ホームページ[www.funaisoken.co.jp] 右上検索窓に『027076』を入力ください。 027076			
TEL 0120-964-000 (平日9:30~17:30)	お申込み後、郵便にて「受講票」と「会場の地図」をお送りいたします。 万が一週間前までにお手元に届かない場合は、下記担当者までご連絡ください。			
	※受講票の発送をもってセミナー受付とさせていただきます。			
FAX 0120-964-111 (24時間対応)	●申込みに関するお問合せ:浅井 ●内容に関するお問合せ:富成			
	年末年始の休暇のため、12月28日正午から1月8日まで電話がつながらなくなっております。ご迷惑をお掛けいたします。1月9日以降にご連絡いただけますようお願いいたします。なお、FAXは24時間受け付けております。			
TEL 0120-964-000 (平日9:30~17:30)	当日どうしてもご参加いただけない方のために			
	税抜 37,500円 (税込40,500円) / 一名様			
FAX 0120-964-111 (24時間対応)	※会員企業様は20%OFFでご購入いただけます(お試期間を除く)。※商品は代金引換(現金払い)にて発送いたします(送料・代引手数料は弊社負担)。※商品の発送は3月上旬を予定しておりますが、諸事情により遅れる場合がございます。※代金引換時の受領伝票が領収証となります。※CDは音声のみの収録です。			

安心してセミナーにご参加いただくために。

□ 出し惜しみ無しの、やり切りセミナー

当セミナーは、“完結”スタイルです。「詳しくは…」といった内容は一切含まれておりません。

□ 社内共有できる、教科書風テキスト

スライド中心で手元資料が残らないということがないよう、テキストは“内容ぎっしり”です。セミナー後も手引書としてご活用いただけるよう、作成しています。

カラー会員型サロンで生産性120万円を達成した美容室の仕組み

【お問い合わせNo.S027076】

●申込みに関するお問合せ:浅井
●内容に関するお問合せ:富成

TEL 0120-964-000 (平日9:30~17:30)

お申込専用FAX 0120-964-111 (24時間対応)

カラー会員型サロンで生産性120万円を達成した美容室の仕組み

参加お申込書

お問い合わせNo.S027076

【日時・会場】ご希望の会場に☑をお付けください。

☐ 2018年1月16日(火)

☐ 2018年1月22日(月)

13:00

16:50

(受付12:30より)

(株)船井総合研究所 東京本社

〒100-0005東京都千代田区丸の内1丁目6番6号 日本生命丸の内ビル21階
【JR東京駅丸の内北口より徒歩1分】

●申込みにに関するお問合せ:浅井

●内容に関するお問合せ:富成

お申込み専用

TEL 0120-964-000 平日 9:30 ~17:30

FAX 0120-964-111 24時間 対応

下記の必要事項をご記入の上、FAXにてお送りください。

フリガナ

貴社名

/ 代表者名

お役職:

〒

ご住所

フリガナ

ご連絡
担当者様

部署:

お役職:

ご連絡先 TEL:

()

FAX:

()

E-mail:

@

フリガナ

1

部署:

お役職:

フリガナ

2

部署:

お役職:

ご参加者様

フリガナ

3

部署:

お役職:

フリガナ

4

部署:

お役職:

講演収録CD&テキストお申込み

※音声のみの収録です。

講演収録CD&テキストをご購入の方は☑をお付けください。

☐ 申し込む CD(セット)

※商品をお申込の際は、FAX受信後必ず
確認のお電話をさせていただきます。

ご入会中の弊社研究会があれば☑をお付けください。

☐ FUNAIメンバーズPlus

☐ その他各種研究会(

研究会)

【個人情報に関する取り扱いについて】

- 申込用紙に記載されたお客様の情報は、セミナーのご案内といった船井総研グループ各社の営業活動やアンケート等に使用することがあります。(ご案内は代表者様宛にお送りすることがあります)法令で定める場合のほか、お客様の承諾なしに他の目的に使用いたしません。
- お客様の情報管理につきましては船井総研グループ全体で管理いたします。詳しくはホームページをご確認ください。
- セミナーのご案内時に、いただきました住所・貴社名・部署・役職・ご担当者氏名を船井総研グループが個人情報の管理について事前に調査した上で契約しましたダイレクトメール発送代行会社に発送データとして預託することがございます。

4.必要となる情報(会社名・氏名・電話番号)をご提供いただけない場合は、お申込のご連絡や受講票の発送等ができない等、お手続きができない場合がございます。

5.お客様の個人情報に関する開示、訂正、追加、停止又は削除につきましては、船井総研コーポレートリレーションズ・顧客データ管理チーム(TEL06-6232-0199)までご連絡ください。

【個人情報に関するお問い合わせ】
株式会社船井総研ホールディングス 総務部法務課(TEL03-6212-2924)



※ご提供いただいた住所宛のダイレクトメールの発送を希望されたいときは、☑を入れて当社宛にご連絡ください。ダイレクトメールの発送を希望しません ☐

事務処理用コード