



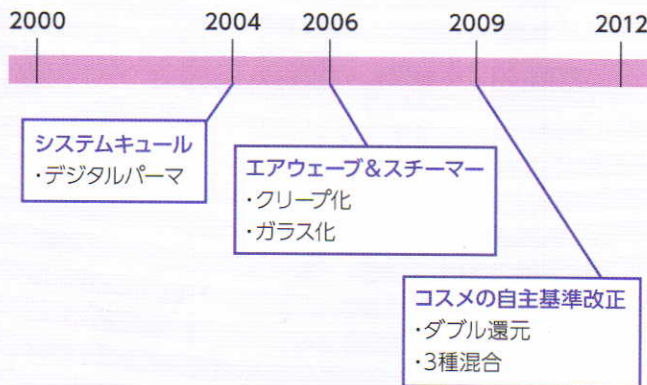
## 繁盛店の秘密はパーマ上手!!

### パーマをマイナスではなくむしろプラスとして考える

繁盛している美容室に共通する傾向、それはパーマ上手であるということ。お客さまのパーマ離れが叫ばれていますが、「自分を変えたい、変わりたい」「スタイリングを簡単にしたい」という願いは、いつの時代も普遍的に存在しているはず。お客さまがパーマから離れたわけではなく美容室こそパーマ離れを起こしているのではないのでしょうか。ノウハウをもっと蓄積すること、デザインをもっと提案していくこと、パーマを好きになることこそ繁盛店への近道なのです。

#### Step 1 パーマ市場の現状を把握する

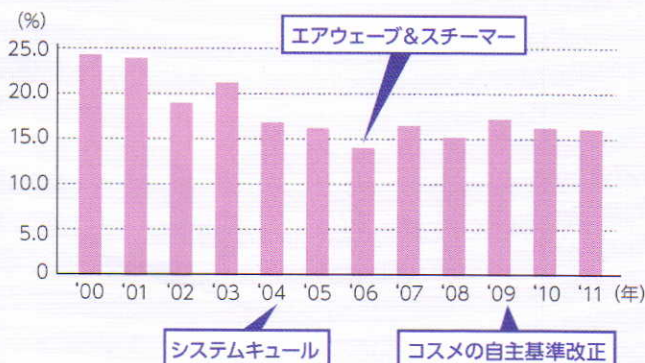
##### ■ ウェーブパーマの変遷



昨今では、器具や新規還元剤による「パーマ理論・メニュー」から、巻き髪風・弾力のあるリッジなど「コテの質感を目指したパーマ提案」が重要視されるようになりました。

しかし、様々な取り組みを行うも、パーマ実施者は2割に満たないのが現状です。2005年以降ウェーブパーマの実施客数は横ばいで、15.7%と10年前から約8%減少しています。

##### ■ ウェーブパーマ実施率の変遷



減少にあるからとマイナスに考えるのか、「こんな時こそいかにパーマを魅力的に提案できるか」とプラスに考えるのかが大きな差になってきます。

#### Step 2 パーマを魅力的に提案する

技術面の向上だけでなく、パーマの利点や不安の解消などパーマの魅力を提案することも「パーマ上手」になるカギです。

#### お客さまもスタッフもウェーブをかけたくなる4つのポイント

##### ① ウェーブの強みを把握する

「骨格補整しやすい」「クセなどの悩みを解消できる」「イメージにぴったり」「デザインが楽しい」などの意識をまずスタッフ自身が持つ。

##### ② お客様が不安に感じやすいことは全て話す

お客さまに「ウェーブをかけたくない理由」を直接たずね、挙げられた理由に即答することで不安を解消することもあります。

例) 「印象が変わりすぎる」

→ 「印象は変えずスタイリングしやすくなるウェーブもありますよ!」  
…など

##### ③ ウェーブデザインを意識して仕上げをアレンジする

ウェーブを施術しなかった人には、ウェーブ風のスタイリングを施したり、指で巻いて雰囲気を実感してもらったりと、ウェーブの意識を根付かせる。

##### ④ 「セカンド接客」でウェーブの土壌をつくる

ウェーブ施術後のお客様の前を通りがかった際には「かわいく仕上がりましたね」、自分のお客さまなら、アシスタントたちと「どう! すごくいいと思わない?」「すてきです!」などと声を掛け合うことで、お客さまの満足度を高めながら、スタッフ間にもウェーブの意識を浸透させる。

まず、美容室からパーマをより学び、より好きになることが近道です。パーマのデザインをもっと提案し、パーマでお客さまの喜ぶ顔を見ましょう。いつの世も活気あふれる繁盛店はパーマ上手なのです。

