

A B C 美容室 戦略 M A P

会社の目標	『地域に根ざしたトータルビューティ』																										
お店の目標	利益目標 年300万 (25万/月) 現状 年△120万 (10万/月)																										
会計的分析	売上の増加														経費の削減												
	客数の増加						客単価のUP								人件費	その他											
	来店頻度の増加			新規獲得			提供サービス数UP					サービス単価UP		適正な人件費	良い経費削減と悪い経費削減												
営業戦略	顧客管理		平日の強い時間の強化		週末の弱い時間の強化		オペレーション改善		心地よい空間	店内掲示	メニューブックの改良		新サービスの開発	サービスの改良		シフトの管理	意識改革										
	顧客データベースの作成 重要度 ★★★ 緊急度 ★★★		SNSの活用 重要度 ★★☆☆ 緊急度 ★☆☆		平日用の新戦略の作成 重要度 ★★★ 緊急度 ★★★		週末用の新戦略の作成 重要度 ★★★ 緊急度 ★★★		気持ち良い接客方法の共有 重要度 ★★★ 緊急度 ★★★		掃除の徹底 重要度 ★★☆☆ 緊急度 ★★☆☆	POPの作成 重要度 ★★☆☆ 緊急度 ★★☆☆	モニターの活用 重要度 ★★☆☆ 緊急度 ★★☆☆	3と7の法則 重要度 ★★☆☆ 緊急度 ★★☆☆	一枚メニューの活用 重要度 ★★☆☆ 緊急度 ★★☆☆	メニューの現状把握 重要度 ★★☆☆ 緊急度 ★★☆☆	メニューの開発 重要度 ★★☆☆ 緊急度 ★★☆☆	既存メニューの改良 重要度 ★★☆☆ 緊急度 ★★☆☆	新メニューの開発 重要度 ★★☆☆ 緊急度 ★★☆☆	公平な評価制度 重要度 ★★☆☆ 緊急度 ★★☆☆	毎月の報告 重要度 ★★☆☆ 緊急度 ★★☆☆						
	データベースの作成 →情報発信 ・メルマガ ・LINE@		Twitter FBの活用		Instagramの活用		HPBの見直し コンバージョン率のアップ		近隣向けタイムリーな割引	トータルコーディネートサービス	客層を拡げるためにメニューを絞る	接客マニュアル	自分の頭で考えながらも統一感のある接客	接客テクニックの共有	連絡ノートの作成	掃除担当	進行サービスの説明、追加サービスの案内	目的を持たせたる	豊富さは7種類以上	存在は3種類以上	一枚メニュー	黒板メニュー	ABC分析	周辺サービスの洗い出し	短時間化で、価格UP	3ヶ月に一回は細かく変更	評価制度インセンティブ制度
新しい記念日サービス	新メニューの告知	プロの技術	チェックしたお客様向けサービス	新しいカラー剤が入りました。お試し先着〇名様！	カット後の写真をアップ	魅力的なキャッチコピー、競合サイトの確認	AB比較	雨の日だけでなくせ毛の方歓迎	今日のドレスに合わせたセット	カラーのみ、ブローのみなど	最低限の接客を。	言葉の共有、チャンプ、お客様店長など	お客様に合ったことをシェア	注意点を事前に必ず読む	どこをどこで掃除するかまで	追加サービスのPOPを。	ファッション映画の企画に動画広告	カラーの種類を増やす	ヘアエステのメニューを増やす	追加メニューは一枚メニューに	店販は黒板へ	利益の視点で	ネイル、ヘアエステなど	1.3倍の法則	季節に合わせた新メニュー	評価ミーティングインセンティブ	PC・POSの活用