

手描きのお客様通信を活用した新規事業の情報発信

会社名 ヒロ・ヘアスタイリング

会社概要 三股町の理容業

1. 相談のきっかけ

ご夫婦で理容業を営んでいるが、今後、顧客数も減少すると予測しており、その状況を打開するため、新たに女性をターゲットとした新サービス「お顔剃り」を展開予定であり、事業計画について相談に来られた。

2. 課題整理・分析

業務上、剃刀を扱えるため女性向けのお顔剃りは技術的にも対応可能。課題は男性客が殆どのため、女性向けのサービスを開始しても「床屋に行く」という女性客の心理的ハードルをどれくらい下げられるか、お顔剃りのメリットをどう訴求していくかが課題であった。

3. 解決策の提案

女性客が利用しやすい環境づくりと情報誌による広報強化を提案。担当は奥様がメインとし、床屋と同じ敷地だが新たな屋号で事業を行う。女性客が男性客と接することがないようにカーテン等で個室空間を演出。情報誌でそれらも含めて新規客・顧客へ発信していく。

4. 成果

事業名「ボヌール」として事業をスタート。

まずはお顔剃りサービスについて、常連客(男性)の家族に向けてクチコミを依頼。同時にSNSや奥様手描きのオリジナルお客様通信(右面参照)を活用して少しずつ既存客の家族や地域の女性客への周知を図った。通信の設置先はコインランドリーや美容室、飲食店等である。

また持続化補助金の採択を受けてパンフレットや個室の仕切り用カーテン等の設備を整えた。

2019年秋から取組みを開始し、お客様通信は今季で第7号を迎えている。定期的な情報発信により地域での認知が少しずつ高まっている。

SNSや情報誌などの広報、体験者からのクチコミ・紹介により新規客が46名以上が来店した。



A4サイズ両面印刷、近隣施設や店舗等に300枚配布
 右「ちよきちよき通信」は既存客(男性)向けに理容情報、
 左「ベっぴんさん通信」は女性向けに美容情報を発信

5. 相談者の声 (平野裕子 様)

今後、既存の男性客が減少するのを予測し、新たな女性客の獲得の為に新規事業を計画しました。自分たちだけの固定概念の中のアイデアをよりブラッシュアップするための策を教えてくださいたく相談しましたが、第三者の考えやプロによるアイデアをお聞きする事ができました。

また、前向きなお声掛けを頂く事でモチベーションが下がり気味な時も乗り越える事ができ、勇気をだして相談良かったと思えました。