

エステBプラン

経営と美容に特化したエステティックの専門誌 [エステ ビープラン]

特集

紹介客を増やす方法

エステティックサロンにお客様に来店して頂ける方法には、ホームページ、SNS、広告、チラシ配布、など色々ありますが、一番成約率が高いのは紹介で訪れるお客様です。既存のお客様、取引業者、友達、知り合い等から紹介を受けれる為に日々やるべきこと、行動、接客対応、理念、ポイント、仕組み、人づくりなどで紹介客を増やす為のやり方を解説。

EBP

VOL.19

定価952円 (+税)

いつまでも美しく元気で過ごせる社会の実現へ 「便宜性」を提唱し美容・医療の新たな形作り

社会性を備えることがエステサロン生き残りのための差別化に

スペイン生まれの高周波温熱機器「インディバ®」を展開し、独自の理念で美容・医療業界で存在感を示す株式会社インディバ・ジャパン。エステサロンをはじめメディカル、スポーツ医学など幅広い分野で実績をあげている「インディバ®」の製品力を最大限に活用するキーワードにあげているのが、「便宜性」です。創立24周年を迎えた2018年、山口祐司代表取締役会長に今後へ向けての抱負や展望をお聞きするとともに、「便宜性」を基軸にしたエステサロンが目指すべき将来像などについて語っていただきました。

徹底した「教育」の提供で培ってきた歴史と実績

2018年、インディバ・ジャパンは創立24周年となります。世界各国にある「インディバ®」販売企業の中で最も古く、しかも現地法人として高周波温熱機器「インディバ®」の独占販売権を所有しているのは、私どもインディバ・ジャパンだけです。

長年にわたる歴史の重みを実感できたエピソードがあります。昨年5月に開催された「ビューティーワールドジャパン(BWJ)」でのことです。20周年の記念開催だった昨年のBWJ。第1回から出展している数少ない企業ということで、主催者より表彰されるという、うれしいサプライズがありました。しかしながら、表彰いただいたことに感謝しつつも、改めて思い至ったのが美容・医療業界における企業の責任と持続性という問題です。

美容・医療業界では、多くのディーラーが販売を優先しているように思われます。新しい製品が出るとそのブームを喚起し、それが去るとディーラーの中には社名を変更したり、倒産したりしてしまうところもあります。そしてフォローや教育がなくなってしまうという悪循環です。これでは、当社のように展示会で皆勤賞をいただくことなどできるはずはありません。また、こうした悪しき商習慣は、業界に深刻なダメージを与えることとなります。

インディバ・ジャパンが20年以上にわたり、企業の責任と持続性を保ってきた一番の理由は、業界の商習慣とは一線を画し、徹底した「教育」を提供することで信用を培ってきたことにあります。「インディバ®」の保証期間は、業界の常識では考えられない「8年間保証」になっています。これは、「インディバ®」を導入いただいた関係者の方々の勉強期間と考えて設定したもので、「教育」を重視する当社の考え方を顕著に表した一例といえます。

「インディバ®」のソフト一元化

美容・医療業界の誤った「常識」に迎合することなく、インディバ・ジャパンとして掲げた理念を貫き通した実績が今年24周年という歴史につながっているのです。しかし、まだまだ道半ばとも考えています。

「インディバ®」は、エステサロンではボディやフェイシャル



2018年の抱負と今後の展望

株式会社インディバ・ジャパン
山口 祐司 代表取締役会長

用のメニューに使用されています。また、血行・代謝の促進、組織の改善・修復、自律神経、内分泌、免疫系のバランス調整、疼痛の緩和など幅広い作用が期待できるのでエステサロン以外でも美容外科、皮膚科、内科、外科、スポーツ医学、鍼灸、統合医療や再生医療といったメディカルの分野でも広く採用されています。2016年12月からは競走馬の治療の一環に用いられるようになり、「インディバ®」の新しい価値が確認されました。

こうした状況に際し、インディバ・ジャパンとしては、さらなる体制の強化をはかりながら、インディバ®・ファミリーに対する教育に一層力を入れていく考えです。そしてそのキーワードになるのが、「便宜性」になります。

「インディバ®」はエステサロンやメディカル、スポーツ医学を含めた幅広い分野で採用されています。そのため当初はそれぞれの専門分野において、「インディバ®」がどのように貢献できるのか立証を進め、分野ごとに情報交換などを行ってきました。しかし「インディバ®」が有する機能の多様性は、すでに実証されているように一つの分野のみにとどまるものではありません。

そこで、それぞれの分野からあがってきた「インディバ®」のソフトを一元化し、それを学ぶことで顧客満足度のさらなる向上へとつなげていこうというのが「便宜性」になります。

「便宜性」を高めるためには、それぞれの分野が持っている情報を一つにまとめ共有することが大事になってきます。例えば、エステサロンではどのように使い、どのような結果を出しているのか。メディカル分野では、どのようにして症状改善につなげているのか。エステとメディカルの異なる分野で得られた結果と情報を共有することで、「インディバ®」だからこそ、そういう使い方をしないともったいない」ということに気づいていただきたいと思います。

具体的なモデルをあげると、「インディバ®」を通じ、エステと鍼灸のコラボレーションが実現しています。美容と健康に関する悩みが一カ所で解決できます。顧客にとっての便宜性の向上であり、またサロンにとっては生き残りのための差別化へとつながるのです。

顧客への「解説力」を高めるトレーニングも実施

「便宜性」を高めるためには、これまで以上に教育が重要になってきます。

インディバ・ジャパンでは、定期・不定期を含めて東京、大阪、福岡などを中心に全国各地で講習会やセミナーを開催し、教育の徹底をはかってまいりました。年間の受講者は約6500名にもおよびます。しかし「便宜性」を推進するためには、もっと講習会等を増やしていかなければならないと考えています。

そのため当社では、スタッフの増員などに着手しながら、より充実した教育体制の充実に力を注いでいるところ。また、当然のことながら、教育内容の質についてもさらなるレベルアップが必要と考えています。「インディバ®」について、あるいは「便宜性」についての知識や理解が高まったとしても、それらをどのように顧客にお伝えするかということが鍵になってきます。

その点について当社では、「トークトレーニング」によってクリアにしています。これは、「便宜性」の対象となる客層や「インディバ®」を顧客に理解していただくための「解説力」を高めるトレーニングになります。

しかし「教育」は一朝一夕で成し遂げられるものではありません。3年、4年という中長期的な視野に立ち、着実な一歩一歩の積み重ねを大事にしていきたいとも考えています。

日本は世界でも類を見ない深刻な高齢化社会を迎え、平均寿命と健康寿命の隔たりがますます大きくなっています。誰もが、いつまでも美しく、元気で過ごすことができる社会の実現こそ美容・医療業界が今後取り組まなければならない大きなテーマであると認識しています。健康と美容は「QOL」の向上につながり、高齢化社会を活性化させるために必要なのです。

健康長寿国となるため、健康寿命の延伸に向けてなにをすべきか？その答えの一つが「インディバ®」であると、自信を持って申し上げることができます。そして「便宜性」を備えたエステサロンや美容クリニック、鍼灸院がその拠点を担うものと期待しています。

教育の充実をはかりながら、「便宜性」をキーワードにしたインディバ・ジャパンにしかできない社会性のあるビジネスモデルの提案を、これからも推進してまいります。

株式会社インディバ・ジャパン

〒152-0003 東京都目黒区碑文谷5-15-1
TEL03-5768-8871 FAX03-5768-8872
ホームページ <http://www.indiba.co.jp>



ER42



MD530



HCR801

