

# 新規再来率を2倍にする 魔法のカウンセリング会話術

解説テキスト



講師：橋本 学

合同会社橋本事務所

所在地：〒540-0026 大阪市中央区内本町 2-3-8 ダイアパレスビル 904 号

TEL：06-6585-0222（直） FAX：06-6585-0223

<https://www.hashimotooffice.com> E-mail :manabu.hashimoto1123@gmail.com

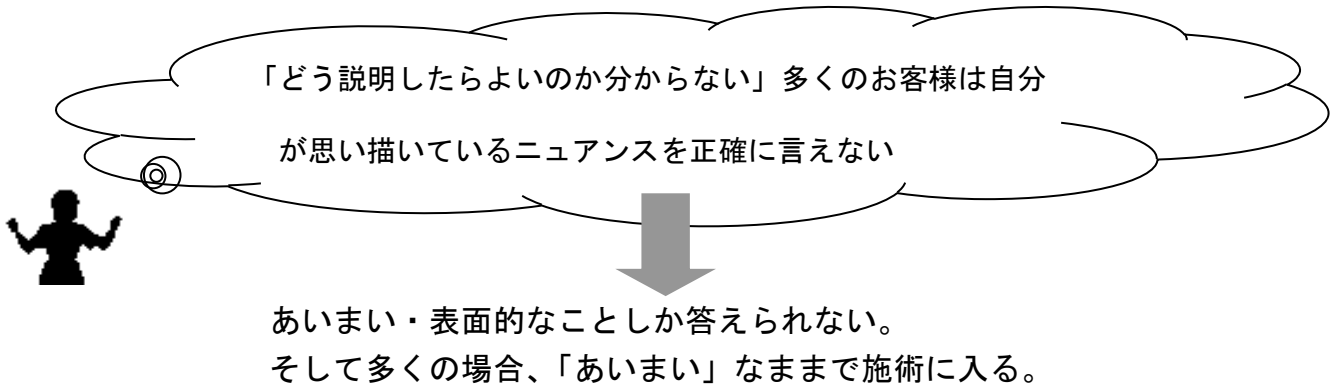
## 新規客の定義・・・「他店の失客&自店を試しに来たお客様」

他店の失客・・・他店では解消できなかった問題がある  
他店では実現できなかった希望・願望がある



新規で来店されたお客様の潜在的な心理は、自分の髪・スタイルに対する今の「不満・悩み」を分かって欲しい、解決して欲しいという期待がある。

そのような心理でいるお客様に対して、スタイリストの最初の言葉がけは90%以上「今日はどんな感じになさいますか？」



### ありがちな新規客へのカウンセリング その典型的なパターン

ス:「いらっしゃいませ! 今日、担当致しますKです。よろしくお願いします。今日はカットですね。」

客:「はい」

ス:「今日はどんなカンジにしましょう?」

客:「え〜と、(どんなふうに説明したらいいかなあ・・・) できれば、今ぐらいの長さは保ちたいんですけど・・・もう2年くらいこのスタイルなので・・・少し変えたいなあ〜とも思ってるんですけど・・・」

ス:「なるほど! そうですねえ〜、たとえば、もう少し動きのあるスタイルにしたいとか、そんなカンジですかあ?」

客:「いえ、そんなんじゃないんですけど・・・え〜っと、どう言えばいいのかなあ?」

ス:「じゃあ、(スタイルブックを開いて) 近いイメージを探しましょうか!

Yさんのイメージだと・・・(写真を指して) これに近いスタイルが似合いそうなんですけど・・・」

客:「そっ、そうですね〜??? (何か違うんだけどなあ・・・)」

ス:「それとか、こんなカンジも似合いそうだと思うんですよ、今日されているファッションから見ても・・・」

客:「う〜ん? (これもどうかなあ〜? やっぱ、ちゃんと伝えられないなあ〜 あんまりグズグズしてると、この人にも悪いなあ・・・) スミマセン。え〜っと、今のまま、全体に毛先だけカットしてもらえますか?」

ス:「そうですね。それでいいですか? 分かりました!」

客: (あ〜、またちゃんと説明できなかった・・・)

それにしてもなぜ、多くのお客様はスタイリストに対してあいまいな伝え方しかできないのか？

それについて、あなたが思うことを書き出してみてください

上記の理由で「本当に自分がどうなりたいか？」

「自分はどんなヘアスタイルにすべきか？」を明確に分かっていないお客様は多い。

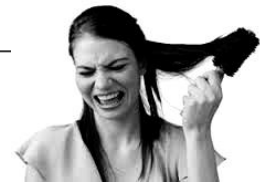
ということを前提とするなら質問を変える 「今日はどんな感じになさいますか？」ではなく

今、抱えている悩みや気になること（不快・不満・不具合）から聴く

なぜ、そうするのか？

### 人間の行動特性

- 人が行動を起こす理由：「不快を避けて、快を得る」
- 不快に対する反応のほうが早く、強く働く
- 不快からの逃避＞快の実現



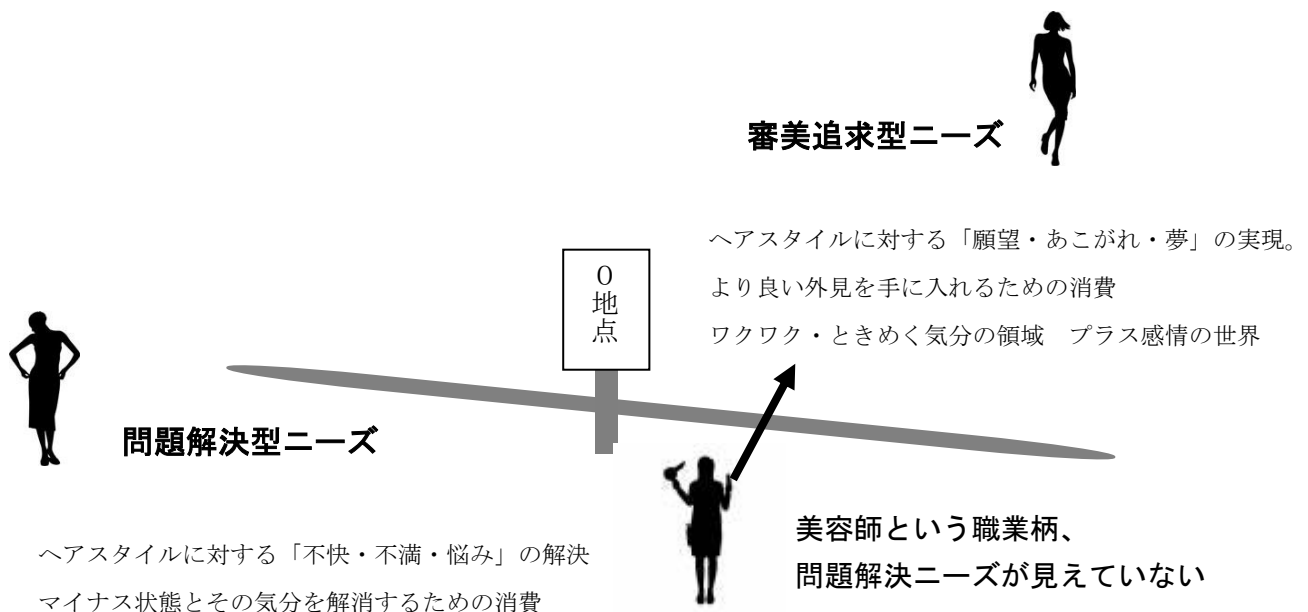
それはなぜなのか？ 人間の「〇〇〇〇」が働くから

人が消費を起こす理由（動機）は大きく分けて2つ

- ① 問題の解決・不満の解消（ネガティブを避ける）
- ② 欲求の充足・願望の実現（ポジティブをかなえる）

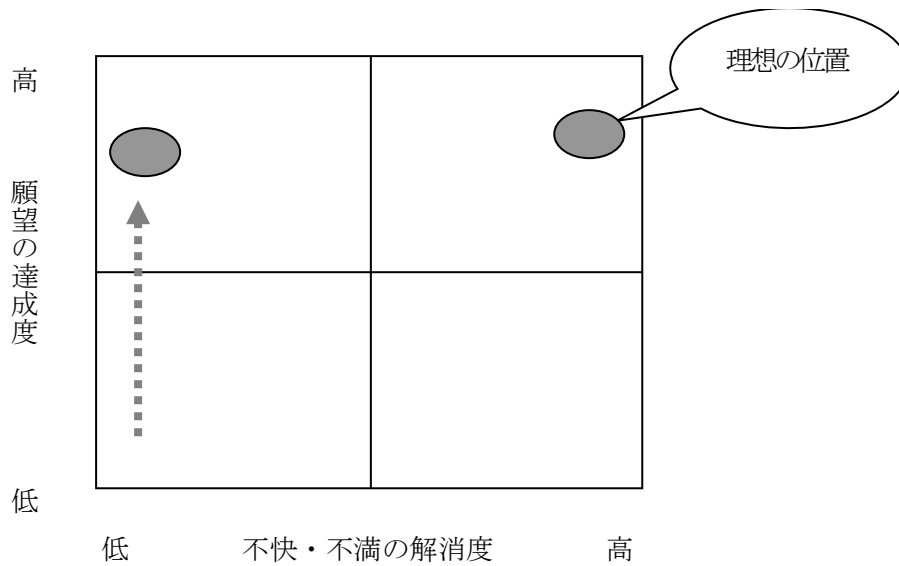


サロンに対するお客様のニーズは次の2つ

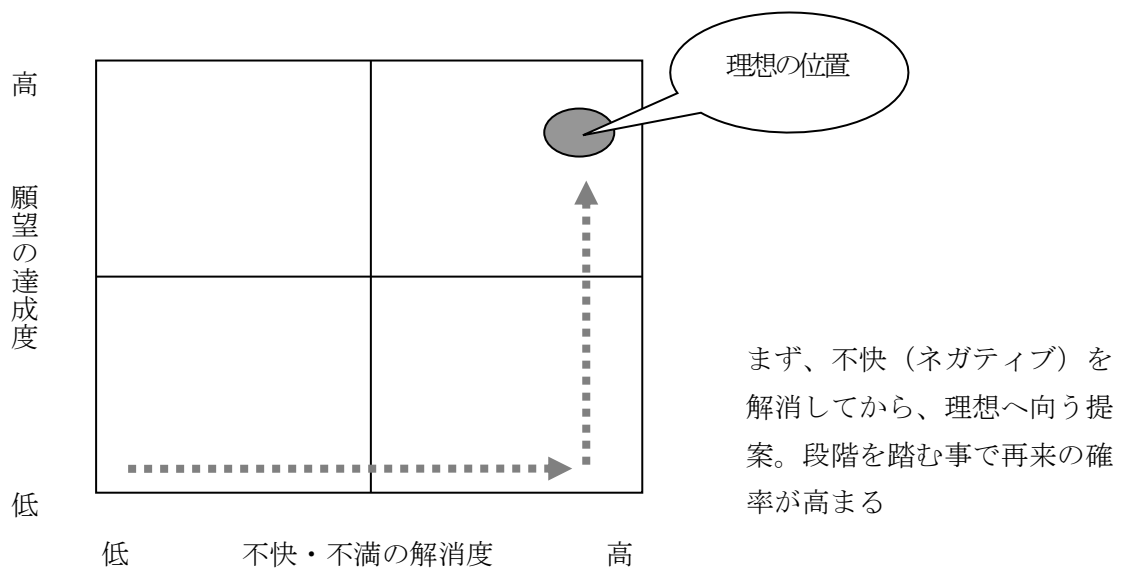


お客様から両方のニーズを掘り起こすことで、売上は上がる

## 「今日はどうされますか？」から始まるカウンセリング



「今日はどうされますか？」という質問し、多くのお客様は、今日、自分はどんなスタイルにすれば、キレイ、可愛い、若返りなど（ポジティブニーズ）がかなうと考えているのかを聞かれていると解釈する。



## 新規客を必ずファン客に導く「カウンセリング術」。その基本ステップ

### 第1段階 お客様のニーズを明確にする

ステップ① お客様の髪に関する問題（不満・不快・悩み）を聞く

ステップ② お客様の髪に関する問題（不満・不快・悩み）を具体的にする。

※お客様の「不満・不快」を感じるのは、特にどんな時か？を聞く

### 第2段階 お客様ニーズを満たすための具体的な提案をする

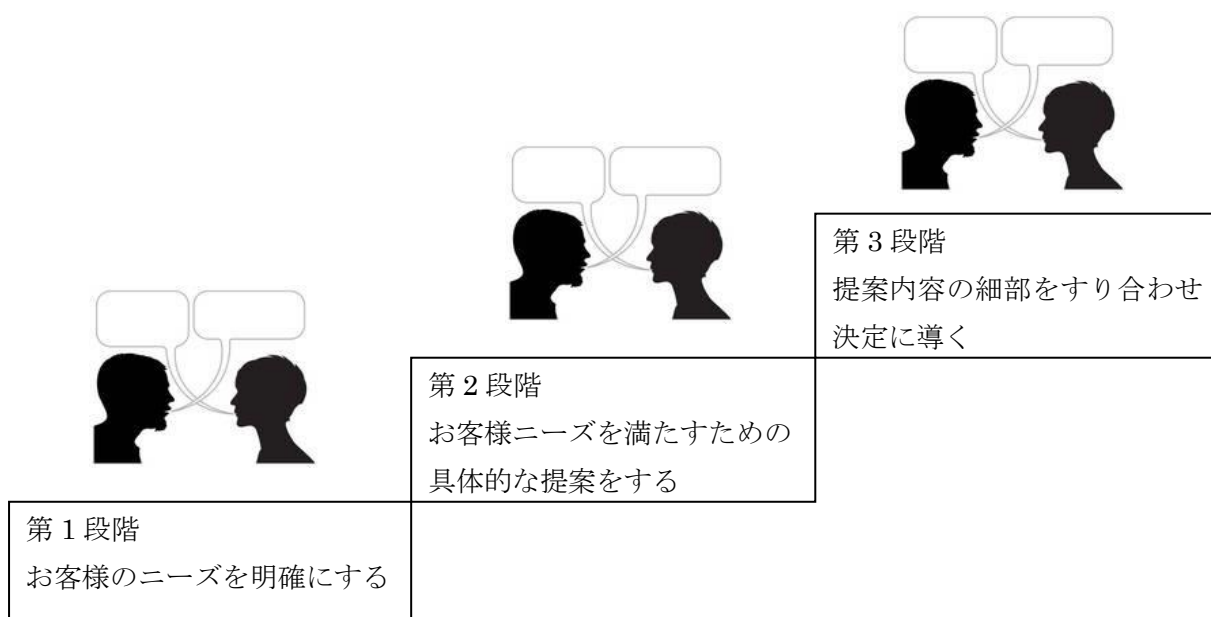
ステップ③ お客様の不満・不快・悩みの解決策となる施術方法を提案する

ステップ④ 提案した施術内容に関する感想・反応を聞く

### 第3段階 提案内容の細部をすり合わせ決定に導く

ステップ⑤ 提案内容に対するお客様が感じている不安を取り除く説明をする

ステップ⑥ 微調整して（細部を確認→同意を得る）、決定に向わせる。



## ステップ① お客様の問題点（不満・不快・悩み）を聞く

- お客様が「スタイルに対して気になっていることそれは何か？」を聞く  
（重要な鍵となる最初の言葉がけ）

「〇〇様、今日、ご希望のスタイルをお聞きする前に確認させていただきたいのですが、今のスタイルに何か気になる点とか、困っている事とかは無いですか？」

### （例）お客様の最初の反応

「困っていることですか？私の髪って硬くてカットしてから一ヶ月くらい経つと、広がるんですよ・・・」⇒だから全体に、もう少し落ち着くようにできないかなあ～

「気になることと言えば、私の髪ってコシがないので、伸びてくると頭のとっぺんがペタッてなって・・・」⇒だからトップがふぁっとならないかなあ～

多くの場合、そのお客様にとって一番何とかしたい「不満・悩み」が言葉となって出てくる。  
（そのお客様にとってのテーマ・・・長期にわたって悩まされているもの、ニーズのNO1）

注意！ ここで、よくあるスタイリストの失敗パターン



「私の髪って硬くてカットしてから一ヶ月くらい経つと、広がるんですよ・・・」



「なるほど、それでしたらストレートパーマで全体的に広がりを押え、落ち着かせましょう！」

「私の髪ってコシがないので、伸びてくると頭のとっぺんがペタッてなって・・・」



「なるほど、それでしたらトップがふぁっとなるよう、ポイントパーマをかけてあげましょう！」

このように条件反射的に、即、提案をしてしまう。



なぜ、これが問題なのか？・・・

まだお客様はスタイリストの最初の質問に対し、一言答えただけ。

このタイミング、お客様の気持ちが温まっていない段階で、具体的な施術内容の提案をしてしまうと、お客様は「売り込まれている感」を強く受け、心理的なプレッシャーを感じる。

なので、もう少しお客様の不満・不快・悩みを掘り下げて聞くことが必要になる



## ステップ② お客様が感じている問題点（不満・不快）を「具体的にする」

●不快・悩みを感じる時はどんな場面？・どんな時に際立って感じるか？それを聞く

「なるほど、●●なところがお悩みなんですね。

ちなみにそれって、特にどんな時、“嫌だなあ〜”と感じられますか？」

特にどんな時

（例1）「嫌な時ですか？　そうですね〜　やっぱり朝とかですねえ〜。

出勤前の急いでいる時に、なかなかスタイルが決まらなくて、すごく焦るんですよ・・・」

（例2）「えーっと、そうですね。湿気のある日とかにクセが強くなっているのが分かるんです。そんな時がすごく嫌ですね。」

（朝・昼・晩　春・梅雨・夏・秋・冬　雨・暑い日・

寒い日・湿った空気の時・乾燥した空気の時・工作中・家事・

炊事・スポーツ中〜後・四六時中　etc.）



※ステップ①・②を進める上での効果的な対話の方法 →お客様の言葉にオウム返しで答える

「なるほど！特に朝の出勤前が特に困るんですね」⇒「そうなんですよ！」

「なるほど！湿気のある日なんか、特に不快なんですね」⇒「そうそう！だからね…」

「そうそう！（＝YES）」「そうなんですよ！（＝YES）」

対話の中でYESが多く出てくると、お客様との間で肯定的な雰囲気ができる

「YESセット法」・・・意図的に相手の「YES」を引き出すことが重要

お客様が発する言葉・話の内容に共感・理解・確認を差し挟む⇒「積極的傾聴」

このようにしてお客様の話を掘り下げて聞くことで会話に深みをだす。

ステップ①～②のお客様の反応からどのようなこと（お客様の背景）が浮き彫りになるか？

### 2つの問題点とお客様独自の制約条件

#### 物理的・身体的感覚での問題点

傷み・パサツキ・枝毛・切れ毛・はね・はり・ペタンコ・すぐに崩れる・暑苦しい・ゴワゴワ感・指どおりが悪い・硬毛で広がる・軟毛でボリュームがでない・脂性・細毛・薄毛　etc.

#### 感情的に持っている問題点

飽きた・似合わない・かっこよく思えない・可愛く思えない・大人っぽく見えない・うっとおしい・イライラ・劣等感・セクシーに見えない・幼く見られる・老けて見られる　etc.

#### 職場の規定や家族、周囲の人の好み・価値観による制約条件

職場の規定・職種らしい外見が求められる・配偶者、恋人の好み　etc.



## ステップ①～②の対話によってお客様の心理に何が起きているのか？

### 現象 1

「ビデオ再現」・・・お客様の頭の中は自身のヘアスタイルの悩みに没頭している状態になる人は自分自身で話すことによって、その不満・不快を感じている場面をまるでビデオを見るように、脳裏にビジュアルとして浮かべる。(視覚化)

それによってご自身が感じている「不快・悩み」を

「解消したい気持ち」を自ら強めていく



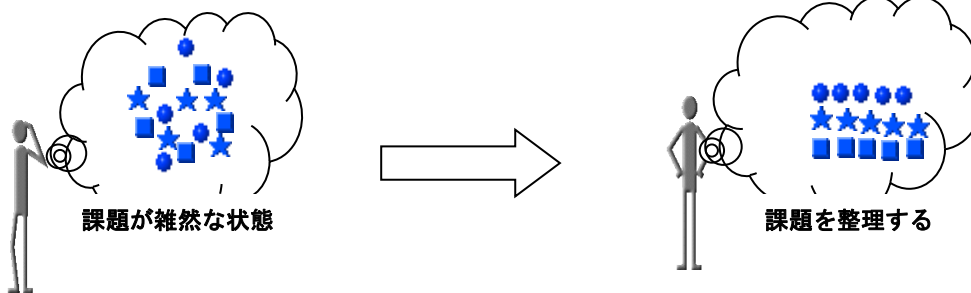
### 現象 2

お客様の頭の中では「自己整理」が起こり、自分の課題がまとまる。(問題の焦点化)

自分の髪・ヘアスタイルに対する施術について、何から手をつけていかなければならないか？

その優先順位が明確になる。

「あっ、そうか！こうすればいいんだ！」とか、「あ～、あれをやる前に、まずはこっちから片付けないといけなかったんだ」などの瞬間。



## ステップ③ 「不満・不快」の解決につながる施術内容を提案する

不快・不満・不便を解消し、願望を実現するための必要な条件の提示

ここから具体的なメニュー（カット・カラー・トリートメント・パーマ）の話になる。

「おっしゃるように少し硬さが気になりますね。それでしたらストレートパーマで全体的に広がり押え、落ち着かせる方法がありますが、どうですか？」

「おっしゃるように軟らかい髪質ですね。

それでしたらトップの部分にポイントでパーマをかければ、トップがふぁっと起き上がるようになりますが、そのような方法はどうですか？」

※極力、細部のデザインまでは提示しないことがコツ

スタイリストの提案に対し、お客様は前向きに受け入れる（検討する）心理状態になっている。

なぜなら、ここでスタイリストから出された提案は、お客様自らが口に出した自分の問題に対する「解決策」になっており、程度の違いこそはあるものの、その提案内容をはなから拒否することは、自分の言動と一致しないことになるからである。

「一貫性の原理」・・・自分の言動は「矛盾していない」と、他人に分からせたい心理



## ステップ④ 提案内容に対しどう思ったか（感想・評価）を聞く⇒反応を得る

「(提案した内容は) どう思われますか？」⇒お客様の反応を得る→反応は2つに分かれる

即、OKのお客様 「それいいわね！ それでお願いします」

迷うお客様 「よさそう。でも・・・」

⇒お客様の心理「〇〇したいけど、××になるのはイヤ」

例：「確かにこの人が言ってくれるスタイルにしたいんだけど、手入れが面倒になるのはイヤ」  
「それって、いいと思うんだけど・・・でも、私にはちょっと〇〇過ぎないかしら？」

お客様の心理：(YES～ 不安・疑問 (リスク・懸念材料) ～NO)

「お客様は何に対して不安 (リスク・懸念) を感じているのか？」を引き出し、それに対する説明をする。

留意すべきこと・・・「ここで生じる不安は、お客様の美容に対する知識不足によるもの」

お客様がリスクとして懸念する内容

「〇〇って、やっぱり髪が傷むんじゃないの？」

「〇〇って、すごく時間がかかるんじゃないの？」

「〇〇って、かえって手入れやスタイリングが大変じゃないの？」

「〇〇ってどれくらい (期間) もつの？」



## ステップ⑤ 提案内容に対するお客様の不安・疑問を取り除く施術説明をする。

まずはその不安を受け入れる⇒「なるほど、そうお感じになっているわけですね」

※ここで「そんな事ありませんよ～大丈夫ですよ！」なんて軽々しく言わない。

メリット>デメリットの説明 (両面表示)

デメリットがあるならそれを示した上で、メリットのほうが大きいことを分かっていただく。

「確かにストレートは多少傷みます。ですから今回は化粧品登録の薬剤を使いますので、傷みは最小限に軽減されます」

「確かにカットのみで終わるより、ポイントパーマをすれば少し時間はかかります。でも、カットに入る前に大きめのロットを数本巻く程度ですから、〇分程度で終わります」

お客様の感じる不安 (懸念材料) を丁寧に解消していく

## ステップ⑥ 微調整して（施術内容の確認⇒同意を得る）決定に向わせる

お客様の不安・疑問に対する最後の説明・確認

⇒そのスタイルになった時のイメージ、使いこなせているイメージをお客様にさせる事が重要。

「このようなスタイルでしたら、ムースをなじませる程度でまとまりますから、お手入れにかかる時間は今よりも短縮されますよ」

サポートする：資料・スタイルブック・カラーチャート・写真等のツールを活用

微調整する：施術範囲・程度⇒最終案の決定

もし、それでもお客様が躊躇したら、これ以上押さない。  
その時の理由がある



「今日はどうしても時間がない」「今日はそこまでの予算を考えていなかった」

「もう少し考えてから決めたい」

次回に持ち越す（次回提案にする）→しかし多くの場合、2ヶ月以内にお客様自らがオーダーしてくる

なぜなら・・・2つの心理作用が働くから

「返報性の原理」⇒ここまで丁寧に接してくれたスタイリストに何かお返ししたいという心理



「認知的不協和」⇒悩みに対する有効な解決策を知ったのに、それを試さないで放置することは不快に感じる→行動を起こす

強調すべきことは・・・

「あなたの悩んでおられることに対して、このような解決方法があるんですよ。  
それだけは知っておいてくださいね！」

あくまで、お客様の問題点に対する有効な解決策をお教えしているという、  
プロとしてのスタンスに徹する