

サービスは人が実施する

ここでは美容室がお客様にたいしておこなうことをサービスと呼びます。サービスをまとめるには目的の共有が必要です。

1 目的

あなたの美容室の目的はなんですか？

お金を儲けること、ですか？

お金は手段です。目的ではありません。

質問を変えます。そもそもどのような経緯で美容師になりましたか？

自分に向いていそうだったから、カッコ良く見えたから、だったのではないですか？

美容師として修業しているうちに「自分の夢を実現するためにお店をもちたい」と思ったのではないのでしょうか。または、あなたの人柄をみこんだ社長から「今度のお店はキミに任せる。好きなようにやれ」と言われたのではありませんか？

この「カッコ良く見えた」ことがサービスの原点です。

しかし、他人に原点を話そうとしても、このままの言葉ではあなたの気持ちは他人に通じません。もう少しわかりやすい言葉に直さなくてははいけません。

2 共有

あなたが「カッコよく見えた」ことが原点であったと仮定し、それを例にして説明します。

あなたの目の前に、美容師であるお母さん、近所のお兄さん、あるいは美容師先輩がいらっしやったのでしょうか。その人はきっと背筋を伸ばし談笑しながらお客様を美しくしたものと思います。あなただったら、誰を、どのようにして、美しくしたら自分がカッコ良くなりますか？

紙に書いてみてください。

なかなか書けないでしょう。そうです。2日、3日、あるいは一週間考えても「うーん」となるだけです。いったん書いても「これ、違う。わたしの心ではない」と思うでしょう。他人（お店の美容師を含む）に相談してもいいですよ。

ひとまず紙に書いたら、従業員を集めて、その紙を見せ、あなたの想いを述べてください。声に出すと、「このとおりだ」と思うこともあり「ちょっと違う」と思うこともあります。後者の場合（前者の場合も）、後日修正してもいいです。

さて、大事なことを述べます。

社長・店長であるあなたは、目的に向かって従業員（スタイリストなど）を統率し、突き進むのです。目的実現のためにならないことは排除します。あいまいさは無駄です。

もし目的が「お年寄りを美しく元気にする」であればお年寄りにフォーカスするし、「無造作なようでかっこいい〇〇風ヘアスタイル」であればすべてをそのイメージに沿うようにするのです。そうです、お店の外観・内装、接客、従業員服装、料金体系などすべてです。

3 見直し

目的は、通常、3年程度は変更しません。

しかし、社長・店長の想いが表現されていないと思い、従業員の受け止め方にバラツキがあり、あるいは美容室をとりまく状況が変わった場合、変更しましょう。すこしもはずかしくありません。

あえて言えば、なぜ変更するのか、その理由・原因を隠さずに話すことが大事です。その言葉に抗議する従業員はいません。

新たな思いを紙に書き、従業員に説明します。

本項おわり