「美容室向け顧客管理アプリ」企画書

# 【概要】

美容室の顧客のデータを集めて満足度を上げるために利用し、リピート率を上げるアプリ

# 【目的・ゴール】

・美容室のリピート率を上げる

・アプリ開発の実績を積む

# 【提案背景｜なぜやるべきだと思ったのか・どういう仮説を持ったのか】

## ・仮説①｜新規顧客獲得よりもリピート率の向上施策の方がコスト対効果が高い

美容室が新規顧客を獲得しようと思うとホットペッパーなどのメディアへの掲載が一般的である。しかしこのメディア掲載料は決して安くはなく数千万円単位になる場合も多い。さらに支払った金額が高いほど見られやすい位置に表示されるためパワー勝負となっている。そこでリピート率向上をサポートするアプリがあれば需要があるのではないか。

## ・仮説②｜サービスのフロント（顧客との接点）として美容師の対応はあまりよくない（業界全体の課題）

美容師は営業マンとして考えた場合の質はとても低い。毎度の予約案内もなければアフターフォローもない。例えば、担当美容師に「予約を取るのがめんどくさいのでそちらからそろそろじゃないですか？とお知らせの連絡をしてほしい」とお願いしてみたところ、なんで自分がそんなことをするのか？とぽかんとされた（松嶋実体験）。また、一般の営業マンであれば契約後に改めて後日お礼と確認の電話を入れることは常識であるが美容師はそんなことしない。理由を聞いてみたところ、彼らはフロントというより職人の意識の方があるようであった（詳細は当日）。なので営業努力に対してのやる気は低いと予想される。もしこの営業努力をアプリが補えれば顧客と美容室、双方にメリットがあるのではないか。

・仮説③｜美容室業界は顧客データを集めやすいのではないか

美容室はファッション小売りなどと違い、顧客の予約が一般的である。そのため、顧客の情報をとりやすい。さらに施術中のヒアリングもできるので、さらに詳細な情報を得やすい。これらを用いればさらに顧客満足度を上げる施策が打ちやすいと考えられる。また、AIやデータサイエンスなどの先端Technologyの知見の蓄積もしやすいのではないか。

## ・仮説④｜開発工数が少ないのではないか（作るのが簡単？）

顧客管理システムは数ある業務システムの中でも種類が多く（参考情報が多く）、容易に作れる。そのため初歩としては有効であるのではないか。

# 【機能概要｜そのアプリで行うこと（画面イメージ別添）】

・LINEでの予約案内

・LINEでの施術後のアンケート調査

・顧客情報の管理・閲覧

# 【検討事項｜今後考えていかなければならないこと】

・競合との差別化

ざっくり調べたところ現在の美容室顧客管理システムは従来型の予約管理や在庫管理系がほとんどである。仮説では上記、LINEとカルテで満足度が上がると考えたが、その検証が必要。併せて、検証方法も。

・美容室利用者が何を求めて通うか

上記と並行して顧客が美容室に最も価値を感じることは何なのかを調べる必要がある。

・広告戦略

知ってもらうために何が必要か。現在だとtoB向けの顧客管理システムはリスティング広告（Googleで検索したときの一番上に出てくる広告と書かれた記事）が主流だと思われる。しかし初期投資が出来ないので、時流に乗った動画×SNSで攻めたいと考えている。

そのためにはクライアント（美容室）のシステムの導入ルートや美容室経営者の情報収集方法の調査が必要。

・Lineの機能の確認（LINE APIなど）

今回のシステムではlineの連携機能に依存するので調査が必要。また集客などを考えた場合にはInstagramとの連携も視野に入れておいたほうが良いかもしれない。