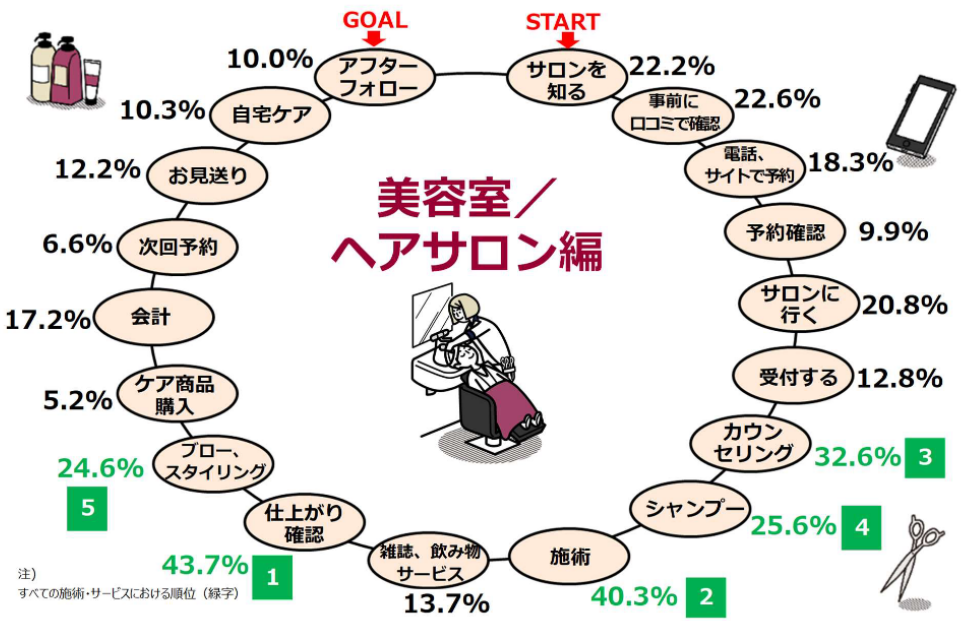
TOP Beauty NEWS 10月

トップ広告社がお届けする美容・ファッションのトレンドニュース♪

ヘアサロンのリピートを決める瞬間MOTサイクル

MOTサイクルとは？お客様が企業に対する印象を決める決定的瞬間、直感的に15秒で決まること。
「リピートを決める瞬間」「サロンを変えたいと思う瞬間」を探ってみました！リピート率を上げるためのポイントも解析！

出典：ホットペッパービューティーアカデミー



注）
すべての施術・サービスにおける順位（緑字）

今から5年前の2016年の時、離脱の瞬間で最も多かったのは**「施術」が52.1%**という結果でしたが、2021年で**「仕上がりの確認」**が最も高い割合となりました。「仕上がりの確認」の中でも**きちんと確認する・終わったあとでも、手直しをしてくれる・自宅ケアのアドバイスをしてくれる**という順番に“また利用したい”と思う瞬間に！改めてサロン内で仕上がりの確認のフローを見直しをすることでリピート率の改善ができるかもしれません！

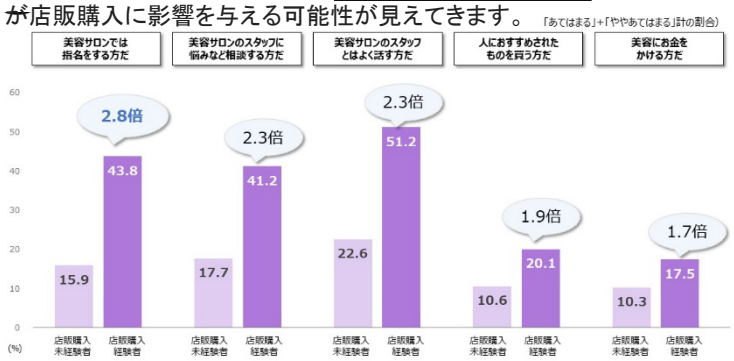
― また“利用したい”と思った場面でのカテゴリー別 BEST3 ―

スタッフの対応	カウンセリング	施術	仕上がりの確認
1 受付時の対応が丁寧	1 話や相談を聞いてくれる	1 スタッフの技術が高い	1 仕上がりをきちんと確認してくれる
2 笑顔で出迎えてくれる	2 好みにあった提案がある	2 効果を実感できる	2 終わったあとでも手直ししてくれる
3 スタッフの細かい気遣い	3 施術について丁寧な説明がある	3 似合うスタイルにしてくれる	3 自宅ケアのアドバイスがある

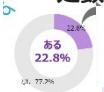
店販購入経験者と未経験者 価値意識の違いとは?!

「店販購入経験者」と「未経験者」の違いから見る購入者を増やす取り組みとは?!

購入経験者は「**指名をするほうだ**」「**悩みを相談するほうだ**」「**スタッフとはよく話すほうだ**」等、**スタッフとの関係性の強さ**が店販購入に影響を与える可能性が見えてきます。 「あてはまる」+「ややあてはまる」計の割合



せっかく買おうと思ったのに購入しなかった経験が一定数いるそうです。その理由とは？



POINT! **店販商品を買いたい気持ちになったが購入しなかった経験・その理由【ヘア】**

1	「いいな」と思ったが、予想以上に高額だったから	70.2 %
2	商品説明をされて「いいな」と思ったが、値段の提示がなかったから	17.5 %
2	施術中に商品を使ってくれて「いいな」と思ったが、値段の提示がなかったから	17.5 %
4	商品説明をされて「いいな」と思ったが、その後、お会計まで何も言われなかったから	7.9 %
5	施術中に商品を使ってくれて「いいな」と思ったが、その後、お会計まで何も言われなかったから	7.0 %

【まとめ】購入動機を高める『**コミュニケーション**』をとって、購入動機を見逃さない『**声掛け**』をしてみては！

インフルエンサーマーケティングの最新事情！
ナノインフルエンサーとは？

そももちよく聞く「インフルエンサー」とは少し違う「ナノインフルエンサー」とは何なのか…？
インフルエンサーとは、社会で影響力のある人を指す言葉です。ナノインフルエンサーはインフルエンサーよりも小規模で、フォロワー数が500～5,000人程度の場合に当てはまることが多いようです。
このような小規模フォロワーを抱えるSNSの広告塔やアドバイザーのことをナノインフルエンサーといいます。この言葉はSNSの広告媒体が盛んである欧米で生まれたようです。ナノインフルエンサーは、フォロワー数だけでみるとその訴求力は無いように感じられます。
しかし小規模であるからこそ、よりニッチな層に届くという良さがあり、現在注目されています。

成功企業の事例 SHEIN

トラフィック数(WEBサイトへのユーザーの訪問数や閲覧数)がZARAやナイキを上回り、Z世代(1997～2012年生)から絶大な支持を誇る「SHEIN」
2008年に創業された当初はウェディング事業など、現在とは異なる事業を手掛けていたがあまりうまくいかず、事業転換を重ねてSNS経由の「D2Cアパレル事業」にシフト。2015年にSheInsideから現在のSHEINにリブランディングされ、現在の事業が本格的に立ち上がった。2021年第1四半期の実績では、アメリカのショッピングアプリにおいて第3位のダウンロード数を記録。

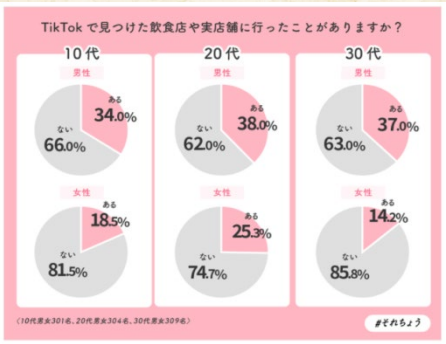
どのようにして全米シェア3位を獲得するまでになったのか？

2019年、**1年間＜Instagram3240回、Facebook2456回、Twitter1936回＞**投稿。Instagramのフォロワー数は2156万人。また、TikTokでは、2020年最も話題となったファッションブランドとして認知されている。
また自ら発信するだけでなく、Addison Rae、Katy Perry, Lil Nas X,など強力なインフルエンサーと契約し、さらにKOC（Key Opinion Customer）を活用。**メガインフルエンサーからナノインフルエンサーまでフル活用**することで、デジタル上での「バズり」を作り、新規客を獲得しつづけている。 **インフルエンサーの分類**

名称	対象者	フォロワー数	特徴
メガインフルエンサー	芸能人やモデルなど	100万人以上	世間の注目が高い
ミドルインフルエンサー	ファッションや美容など特定のジャンルで活躍している人	10万～100万人未満	テレビ出演はなくてもSNS上での認知度は高め
マイクロインフルエンサー	事務所に所属する人や一般人などさまざまなタイプが当てはまる	1万～10万人未満 ※インスタグラムの場合は1万人以下を指す	ヘアアレンジなど、テーマが統一されていることが多く、いいねが多い →商品PRに効果的
ナノインフルエンサー	マイクロインフルエンサーよりも狭い範囲の一定層に影響力がある人	1,000人～1万人未満	市場規模はせまいが、その分PRすれば高い効果が得られる
ライトインフルエンサー	一般人で交友関係が広くユーザーから支持を得ている人	1,000人～1万人	企業からの依頼を、条件次第で無料で引き受けてくれることがある

10～30代対象 TikTokに関する意識調査 （それちょう調べ）

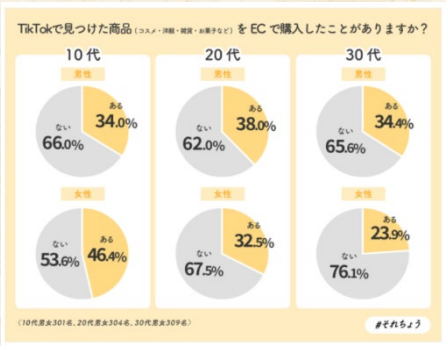
①TikTokで見つけた実店舗に行くのは男性が多い



TikTokを利用している10～30代男女を対象に「TikTokで見つけた実店舗に行った経験があるか？」と調査。「ある」と回答した人は男性の割合が高い傾向で、最も高かったのは20代男性の38.0%。

⇒ InstagramとTikTokでターゲットを変化させるのも有効◎

②TikTok経由のEC消費は10代女子が最も活発に利用している



「TikTokで見つけた商品をECで購入したことがあるか？」の調査には、10代女性が最も高く46.4%、20代の女性も3割超、「ある」と回答。男性は平均して3割以上がEC経由での購入経験があるようだ。

⇒ EC購入を促したいサロンは若年層に向けた投稿を◎

[エストラボ the NEXT]2021AUTUMN"開催！
～美容製品の魅力をリアル以上に伝える圧倒的ビジュアル～

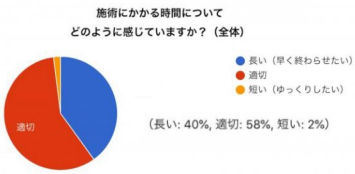
総合美容メーカー"エストラボ"が主催する、オンラインイベント。「展示会に行きたいけれど、コロナ禍でなかなか行けない」「興味はあるが、遠くて参加しにくい」という全国各地のサロンの皆さまに、足を運ばなくても、エストラボの商品に少しでも触れていただく機会を提供したいという強い思いから実現。

高い評価を受け続けている"高性能な業務用美容機器"や、**原料から徹底的にこだわりぬいた"良質・高品質な化粧品"**について、エストラボのセールスコンサルタントが美容機器や化粧品などの商品特徴や活用例までわかりやすく紹介してくれるイベントとなっている。

『ローランドのサロンでも使われている傷みの少ない脱毛器で注目の**ルミクス**（**LUMIX-A9**）日焼けや産毛にもしっかり反応してくれる最新SHR脱毛機器』

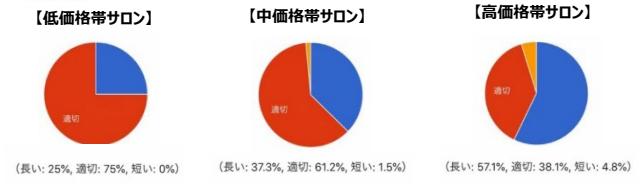
開催期間：10月1日～10月31日
URL：https://est-pro.co.jp/exhibit202110/

美容室の施術時間は長い!? 価格帯で異なる!



美容室の口コミサイト「ヘアログ」を運営する株式会社ノーマリズムは、全国の20-50代の男女を調査。
男女全体で40%が施術時間が長いと回答。

価格帯別にどう捉えるかを調査した所、以下のような結果となった。



さらに、年代別では、20代が約30%、30代が約55%、40代では約40%が『長い』と回答。
理由としては、「自宅に子供がいて気になる」「授乳の時間があって急いで帰りたい」等育児で忙しいという回答が多く見られた。

高価格帯になるほど、時間が長く感じる割合が多く、丁寧に施術することも大切ですが、丁寧で『スピーディー』な施術を求めている人が多いことを示しているのではないかと考えられる。

編集後記

延長が繰り返されていた緊急事態宣言がやっと9月30日で全面解除。前回と違うのはワクチン接種者が増えているという点で、解除後今までのように過ごしても感染者数が増える可能性は低いと考えられるそう。ただ、ワクチン接種済みでも感染する恐れはあるので、感染対策はこれから先も必須事項である。コロナの影響もあってか、ホットペッパーの閲覧率が例年と比べて低かった８.9月。10月は動きがあるとみて、年末に向けて集客も一気に加速させたいところ！新規と顧客が何を求めているのかをいち早く見極め、DM機能やSNSの発信等をしっかり活用してアピールしていくことがポイントだ！

HOTPEPPER Beauty　11月号
発行日：10/28(木)
申込〆切：10/8(金)／原稿〆切：10/15(金)

HOTPEPPER Beauty　１２月号
発行日：11/25(木)
申込〆切：11/３(水)／原稿〆切：11/9(火)

ｻﾛﾝﾎﾞｰﾄﾞ ﾍﾙﾌﾟﾃﾞｽｸ　0120-36-0493

発行人 （株）トップ広告社 TEL：03-5641-0661