

TOKIKATA

TOKIKATAのメニュー展開と活用法



TOKIKATAとは

- ・お悩み改善
- ・リピート率アップ
- ・独自性からの集客率アップ
- ・全てのお客様で動画撮影可能

集客後は



- ・前髪カットと絡めて接触回数の増加（1～2週間）
- ・他店への浮気防止（独自性）
- ・他メニューと組み合わせて単価アップ
（カラー、パーマ、ストレート、トリートメント）

サロンワークでの使い分けと活用法

BIGAMIとSUGAMIをデザインに合わせて選ぶ

- **BIGAMI**→ツヤ、まとまりを出すスタイル。ロング、髪質改善、ボブ、ハイトーン、ストレートスタイルなど写真で見たときに面で打ち出すスタイルにオ①
- **SUGAMI**→ボリュームを出す動きのあるスタイル。パーマ、ショート、ウルフ、ハイレイヤーなどの写真で見たときにバランスが大事なスタイルにオススメ

お客様のお悩みと自分の打ち出したいデザインに合わせて
TOKIKATAを活用していく

お悩み解決ツール＋デザインのクオリティを上げるためのツールへ

TOKIKATAの店舗でのオススメの使い方

- ・ 集客で悩むスタイリストの武器に
- ・ リピート率の低いスタイリストの武器に
- ・ こだわりの強いスタイリストのクオリティアップに
 - ・ 店舗にそれぞれ一本あればお店で共有可能
 - ・ 全員で使い店舗での独自のブランディングに
 - ・ 付加価値として単価アップやセットメニューに

TOKIKATA施術動画

Before→After動画をQRコード化



QRコードイメージ

安っぽくならないのでオススメ

TOKIKATAのメニュー展開案

全国のサロンでのTOKIKATAメニュー展開の平均金額です。

①2,000円のメニューとして活用

施術時間(約5~10分)

②独自のメニューとして打ち出しサロンワークに組み込む

③TOKIKATAチケットとして販売し再来率アップ

④次回予約に組み込みアフターカウンセリングで施術

①~④解説していきます

ちなみに①~④を全て取り組んでいただいても大丈夫です

独自のメニューとして組み込みサロンワークで活用する

①キャッチーなメニュー名をつけて新メニューとして打ち出す

例 毛流矯正カット、シルクストレート、プレミアムトリートメントなど

②施術内容にTOKIKATAを組み込む

③お客様に説明しながら単品での場合は2,000円のメニューとして提案する

独自性のあるメニュー名と
ここでしかできないという付加価値でリピート率アップ

TOKIKATAチケット

施術単価2,000円に設定しています

12ヶ月×8回のチケット=12,000円で販売（1.5ヶ月周期）

6ヶ月×4回のチケット =8,000 円で販売（1.5ヶ月周期）

TOKIKATAチケット導入までの流れ

- ①〇〇〇県唯一のTOKIKATA取り扱いサロンとしてSNSやHPBに打ち出す
- ②顧客の方にはPOPを活用しTOKIKATA（2,000円）を提案からの当日の施術を無料にしてチケット販売につなげる
- ③新規の方にはTOKIKATAチケット付きクーポンとして打ち出す

単価アップとリピート率アップを両方取れる

TOKIKATAを次回予約に組み込む

TOKIKATAを次回予約に組み込むまでの流れ

- ①新規でも顧客でも初回のみアフターカウンセリングで1回目だけ無料で施術（カルテに記入）
- ②次回予約を案内し取っていただいた方だけ無料でできますとご案内（お会計の際にクロージング）
- ③取らない方には次回以降2,000円でできますとお伝えする（次回以降の単価アップ）
 - ・ 前回取らなかった方でもお取りすればOK
 - ・ 頭皮の話から店販やヘッドスパなどの提案につなげる

再来率を上げてお店の見込み売上を立てやすくなり
全体の売り上げもアップ