

「やりたいと思わせるしかけ」動画を使ったアプローチ

apishには社内に動画制作チームがあり、打ち出したメニューや商品の動画を制作。訴求したいポイントをわかりやすくまとめてアピールし、セット面に設置しているiPadで動画を流している。



訴求力 No.1 メニュー！
割れない重めバンダ



「ボリュームアップ」で生涯顧客をつくる

感動の共有で顧客が増えていく、その継続が「ずっと通いたい」になる。

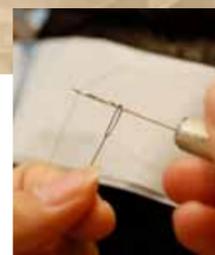
リピート率

9割

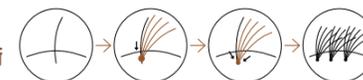
平均単価
¥15,000

ループ施術者平均単価

¥18,000



「結んで増やす」
ヘアループ技術



丈夫で健康な地毛1本1本に、4、6、8本いずれかのEXLOOPを結びつけボリュームアップと多彩なスタイリングを実現。

高く、親子で通う方も多し。ループ客は1日3〜5人だが、つけたお客さまは必ずリピートし、何より、自身の感動体験を広めてくれる。ループ客の特徴は、自分の感動体験を広めてくれること。結果、それが紹介につながるのだという。

「長く通っていただくために、技術のクオリティアップとメニュー開発に着手しました。テーマは少ない本数で効果を出すこと」

「持ち」にこだわって、毛流と毛髪周期を研究。トライ&エラーを繰り返して、今では抜けにくい位置と装着方法がわかってきた。

また、3週間に1度通うお客のため、リタッチ+ヘアループ80本のメンテナンスメニューを作成。ループ客の多くはこのメニューによって来店頻度が増えており、客単価も約3千円アップ。頭皮美容液の購率も高い。

30代の女性でも薄毛に悩む人が増えており、トップの割れグセを直すメニューが人気。自身も薄毛だと話す抵抗がなくなるといふ。共感がキーワードだ。ヘアループは人生に寄り添うメニュー。飯野さんの技術開発はまだ続く。

飯野流提案法

1 毛流を読む

付ける位置でかなり持ちが異なる。毛流を気にするとカットも上手くなる。

いいデザインは感動をつくれます！



ヘアループ担当
飯野梨那

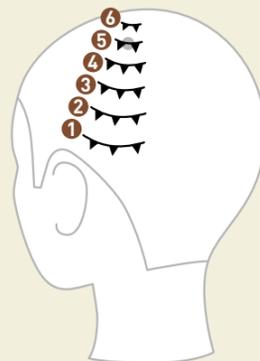
2 変化で「感動」をつくる

コンプレックスを「隠す」のではなく、デザインとして提案。感動すると人は、伝えたい。

3 最小限で最大の効果

お客の負担を考えて、本数は最小限に。それで最大の効果を狙う。ずっと通ってもらふ秘訣。

飯野流 つむじが割れない装着法



落ちる位置から設置ポイントを逆算。下から上へと装着し、毛束を「積み重ねて」いくことでつむじが割れない。

感動を呼ぶ人生に寄り添うメニュー

美容室にいち早くウィッグやエクステンションを導入し、メニュー化を成功させてきたapish。そんな情報感度の高いサロンが「これまでの商材とはまったく異なる、画期的なデザインツール」と太鼓判を押しているのがヘアループだ。専任施術者である飯野梨那さんは語る。

「つけ方や量で顔の印象を大きく変えることができる。ループでお悩みが解消されると、お客さまの顔がみるみる明るくなるんです。プラスの変化に感動していただけるので、やりがいを感じます」

特に銀座店はお客の平均年齢が

apish ginZa
(東京都中央区)

会社名：株式会社アピッシュ
代表：坂巻哲也
創業：1998年
店舗数：8店舗
スタッフ数：110名
本社所在地：東京都港区南青山5-12-6
青山大日和田ビル2階
本社電話番号：03-5766-3607
HP：http://www.apish.co.jp

