

marbb導入事例

marbb
micro bubble system

×



◆ Hair&Beauty Clover様 概要

•コンセプト

「満足のその先」

満足＝リピート、付加価値＝その先

•月間来店客数 1,050名 ※取材時直近の実績

•スタッフ数 12名(ネイリスト、アイリスト含む)

◆ marbbご利用状況

•marbb(ダブル)を1台導入

•提供方法

①オプション提供 1,500円

②パスポート提供(年間) 5,400円

※パスポート所有顧客の家族は共有可能



marbb導入後の実績

- 2021年3月より1台導入。
- 導入記念で初回ワンコイン(500円)を実施。
- 初回はほとんどのお客様が体験されている。
- 年間パスポートは所有顧客の家族も共同で使えるように。
- パスポートは導入後半年で75枚販売。
- 半年ちょっとで投資回収済み。

marbb導入事例 ◆ Hair&Beauty Clover様



株式会社 C-love-R

代表 本間 吉光様

『marbbはワクワクするもの』

MBJ五十嵐

本日はお時間頂きありがとうございます。
早速ですがmarbbを知った経緯と最初のイメージを教えてください。

本間様

最初に知ったのはディーラーさんの紹介かな。
イメージが・・・まあ良さそうだな、みたいな。軽いところから。
カタログ見て、本当にあのツヤ出るの？みたいな。(笑)

MBJ五十嵐

めちゃくちゃ言われます。(笑)
体験会で実際に触って頂いたかと思いますが、その時の感想はどうでしたか？

本間様

自分的にはすごくいいなって思いました。体験した後も、なんか効果が分かりやすかったなっていうものを感じたので。すぐ売上っていうよりは、長いスパンで最終的に利益が出ればいいかなあって。

あと、うちは「満足のその先」というコンセプトを掲げていて、どういう意味かというと、リピートしていただいたらお客さんは満足している、でもその先があって、満足させるだけでなく感動させなければいけないと考えてます。
だから、お客さんみんなに「どうだった？」って聞いたときの反応が「よかったよ」であればそれは満足しているだけ、まだ不十分。その先、つまり感動させて初めて付加価値なんですよ。
普通のシャンプーではなくマイクロバブルで洗うことで、満足のその先にいくことができる。提案力が上がる、なんか他と違う、それが感動につながっていると思います。marbbはうちのコンセプトに本当にぴったりです。

MBJ五十嵐

弊社のビジョン「感動空間の創造」がコンセプトにマッチしたようで嬉しいです。
実際に導入を決められた後、メニュー展開はどの様に考えられましたか？

本間様

最初にやったのは、まずは知ってもらわないとなので、導入記念ということで初回ワンコイン(500円)でやりました。そうしたら、ほぼほぼやるんですね。
今来た人でも、1年後でも、初めての人は500円でできるよっていう。とりあえず全員まずは1回できるというわけで500円にしました。
その後に、よかったら1,500円か年パスっていう提案ですかね。年間パスポートは5,400円です。

MBJ五十嵐

年間パスポートの価格設定、結構お安めにされてるんですね。

本間様

地域的なこととか考えて1万円とかは難しいかなと。
1,500円とか500円とかで、どこまでやるかっていうのを細かく統一してすごく追求すれば、全然10,000円とかでもいいと思うですよ。ただそこをやってしまうと施術がストップしてしまってシャンプー台が止まっちゃうんですね。だから、うちはさっとサクッとできるくらいで1,500円の内容で年パス5,400円っていう感じにしてるんです。
あとは、1枚で身内は全員無料にして。例えば、ママが買ったら、パパもOK。娘もOK。

MBJ五十嵐

なるほど。ちなみにmarbb自体を選ぶ時に決め手になったのはどこでしたか？

本間様

最近なんか飽きてきてたし、「その先」というコンセプトに合ってたし、洗淨力だったり、福利厚生だったりっていうところが一番の決め手かな。
お客さんがワクワクしそうなって思ったのも決め手でした。

MBJ五十嵐

marbbを一言で言うと？また、marbbの導入で迷われてる方に何か一言アドバイス頂ければ。

本間様

「ワクワクするもの」じゃないですかね。
marbbは長い目で見たら、利益的なところも見込めますし、お客様との会話は増えますし、施術が楽になったっていうのはありますね。それは大きいかな。
だから決断は早い方がいいですね。

