

# デジタル化計画書

青島由美恵

2023年12月

# 青島由美恵 ありがたい姿整理シート

経営理念	現在地（これまでの成果）		少し先に予想される変化（5年程度先）	
<ul style="list-style-type: none"> <li>・安心、安全、信頼できる商品の提供。</li> <li>・美白を追求するお客様に必要とされる商品セレクトの追求。</li> <li>・またここで購入したい、と思っていただけのECショップの追求</li> </ul>	お客様からの評価	<p>ーサロン開業から21年目。長く通っていただいているお客様の信用信頼度は、ほぼ100%に近い</p>	お客様の变化	<p>サロン開業から21年という月日経ち自分自身も年齢を重ねたのと同時に常連様の21年の肌の変化を見てきた。主に40～60代の多いサロンですので肌のお悩みが多く、特に美白に関してはほぼ全員が気を使っていることが分かった。</p>
	自社の競争力	<p>ー元々好きな事を仕事にしているので美容商品、美白化粧品のセレクトには自信あり。数多くある美容商品の中でも毎日使える安心安全、良い物を提案できる自信あり。</p>	競合他社の変化	<p>コロナ禍をきっかけに私がセレクトしたホームケア化粧品をもっと多くのお客様に知っていただきたいと思っていた、が、アナログ的なサロンからいきなりECサイトをオープンするのは難しかった。マスク生活をしている中でマスク中の肌を気にしている女性が多いことを知り、もっと多くの方に美白を楽しんでもらいたい!と思うようになった。ECサイトをオープンすることで伸び悩んでいた売り上げアップも期待できる、と思った。</p>
	スタッフの力	<p>ー21年間500人以上の美顔エステ施術経験をし色々な肌質のお客様を見てきたからこそお客様目線でホームケア化粧品をご提案できる。販売化粧品は主にサロン専売品やサロンオーナーのみが仕入れできるサロン会員特別ルートから仕入れする。</p>	スタッフの変化	<p>サロンは1対1でお客様との接客も好きですし、なにより綺麗になっていく方の喜びの声やりがいでした、が、コロナ禍、アフターコロナで今の時代に合った美容系エステサロンって何だろう?と考えるようになりました。ネットショップにはとても興味があったのでこれをきっかけにネット販売にも挑戦したいと思った。</p>

# 青島由美恵 ありがたい姿整理シート

ありがたい姿	その未来を実現するための必達目標		デジタルを活かすポイント	優先順位
<ul style="list-style-type: none"> <li>・お客様からリピート購入</li> <li>・愛用者の満足度上昇</li> <li>・美白追求するお客様に満足していただける商品の品揃え充実</li> <li>・売上少しずつ上昇</li> </ul>	P 顧客 商品 販路	長いサロン経験で培った良い品物を見つけるスキルを活かして、健康と美容に関心のあるお客様や小さなサロン様向けに、健康と美容の商品をECサイトを通じて届ける。	ECサイトの活用 Instagramを活用したマーケティングの推進	1
	D 業務 プロセス	ECサイトとして最低限必要なオペレーション体制を整える	STORESの活用	1
	C 記録 計測	お客様からの反応を得て、よりよいお店へと発展させていく	お客様からのフィードバックの取得、可視化	2
	A 組織 の成長	お客様からの反応を得て、よりよいお店へと発展させていく	品揃え、接客、ECサイトの説明などを一つひとつ見直していく	3

# ネットで顧客応対したり商品やサービスを販売できるようにしたい

→ 顧客の声を聞いて、段階的にレベルアップしていこう



つながる力

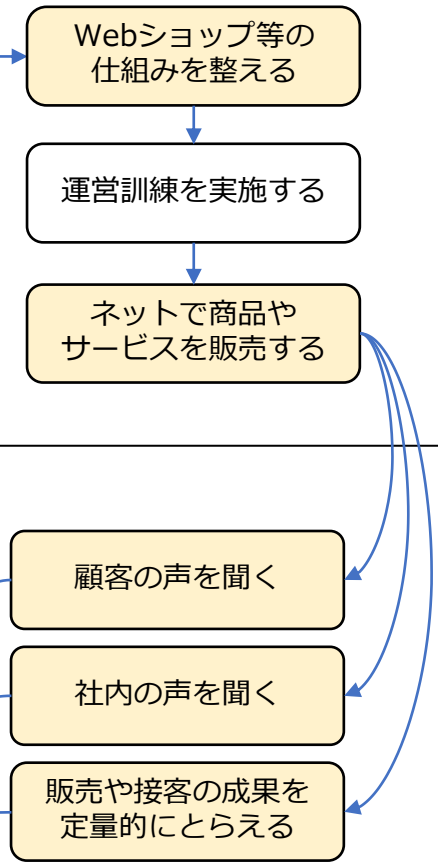
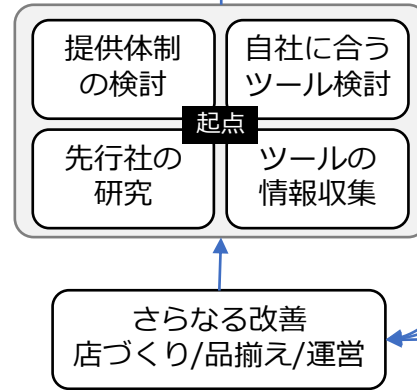
デジタル活用箇所

<現状>

<改善後>

顧客・商品・販路 だれにどんな価値を	業務プロセス 省力化・効率化・最適化
Plan/Decide	Do/Act
<ul style="list-style-type: none"> <li>サロン経営を通じて地域に一定の顧客層を築いたが、地域外の顧客にリーチできていない</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>自社のWebサイトにはネット販売の機能がない</li> <li>ネット販売に対応した顧客応対や商品管理、梱包出荷などの社内体制やスキルがない</li> </ul>
Action/Orient	Check/Observe
<b>組織の成長</b> 学びとカイゼン	<b>記録・計測</b> 履歴・成績の可視化と共有

顧客・商品・販路 だれにどんな価値を	業務プロセス 省力化・効率化・最適化
Plan/Decide	Do/Act
<p>自社流のネット活用方針を確立する (目的・目標)</p>	<p>Webショップ等の仕組みを整える</p> <p>運営訓練を実施する</p> <p>ネットで商品やサービスを販売する</p>
<p>提供体制の検討</p> <p>先行社の研究</p> <p>さらなる改善 店づくり/品揃え/運営</p>	<p>顧客の声を聞く</p> <p>社内の声を聞く</p> <p>販売や接客の成果を定量的にとらえる</p>
Action/Orient	Check/Observe
<b>組織の成長</b> 学びとカイゼン	<b>記録・計測</b> 履歴・成績の可視化と共有



# ネットで顧客対応したり商品やサービスを販売できるようにしたい → 顧客の声を聞いて、段階的にレベルアップしていこう

## <実現ステップ>

### 自社流の方針を決める

サロン経験を活かして、「美白」をテーマにした商材をネットを通じて広く届けたい。  
まずは、固定費をおさえたスモールスタートをして、マーケティングを行いながら少しずつ拡大していく。

### 運営方法を決める

数多くの商品を扱いたくなるが、まずは、お店の紹介としても、基軸としての商品ラインナップを定めてスタートする。  
マーケティングは、最初から手を広げずに、まずは馴染みのあるInstagramから着手する。

### 責任ある体制をつくる

美容や健康に関する広告規制や表示ルールを遵守する。  
注文から発送までの態勢、問い合わせから返信といった顧客サポートの態勢を整え、利用規約や営業情報として明示する。

### 継続して改善する

振り返りを行って、少しずつ改善していく。  
顧客の声を集め、定量データも使って改善していく。

## <ITツール>

素早く開設できて自由度が高いネットショップサービスは、少ない費用から始めることができる。  
固定費がかからないSTORESから取り組み始める。

ネットマーケティングにはInstagramから着手するもの、特化型ECやライブコマースなどのツールで世代や趣味など特定セグメントにアプローチ。