

現役CA招き「メガビューティ」発売イベント

ナリス化粧品

ナリス化粧品は、家庭用美顔器「メガビューティ」(3万3000円)の4月21日発売に先駆け、3月28・29日の2日間、都内の商業施設KITEEで無料体験イベントを開催した。メガビューティは、2001年の発売から09年と改良・進歩させ、今回が4代目。新たに「ホット&クール機能」を付与し、温冷効果により肌の透明感とハリ感のアップが期待できる。4月1日から5月20日まで、発売を記念して全店のエステサロン「デ・アム」にて新規来店客向けに500円でメガビューティを体験できるキャンペーン(デ・アムワンコイン新メガビューティ体験キャンペーン)を展開。また、同期間、旧メガビューティ所有者に特別価格で提供する愛用者キャンペーンも並行して行っている。



体験イベント初日(28日)には製品発表会を開催した。気軽に本格的なエステを体験できるメガビューティが、忙しい中でも美を忘れない客室乗務員(CA)のイメージとマッチしていることが会場をナリス航空という架空の航空会社をコンセプトにデザイン・設計し、製品説明も離陸前のアナウンスをモチーフにするなどユニークな演出を施した。

発表会に先立ち、マーケティンググループの横谷泰美氏が登壇し、「1970年代はじめてヨーロッパからエステの技術を導入してから、エステの機械だけでなく、化粧品とエステの施術・技術を組み合わせる研究を進めて、メガビューティが誕生した」と開発の経緯を述べ、「今回、国内販売を始めるにあたり、

2分、イオンバランスング(イオン伝達、4分)、ホット&クールエクササイズ(温冷美容、4分)、アクティベーション&LED(光エステ、3分)の4ステップ・13分間でワンランク上のキレイを提供する。発表会ではふきとり化粧水を使用するステップ1と、ステップ2・3で使用する新機能(ホット&クール機能)について詳しく紹介した。同社の主力アイテムであるふきとり化粧水は、洗顔では落としきれない毛穴の奥の汚れや老化角質を取り除き、なめらかな肌へ導く。プラスに帯電している老化角質や汚れなどを、メガビューティに備わるマイナスイオンの力で2分間、イオン吸着(エレクトロクリ

ン)することにより「除くケア」のレベルがアップし、つるんとめらかな肌へ導く。保護化粧水と一緒に使用するステップ2では、



使い分けすること、立体的な目の役割をもち、色持ちと艶感が長時間持続する設計に仕上げています。トゥガランエクスとメントールの配合により温冷感のある使い心地も特徴だという。

ピーリンク

業界初の2wayタイプでアイライナー市場参入

17年秋にコスメティックブランド「innic(イニック)」を立ち上げ、第一弾としてリップティント(リップティント、3月からはオンラインショップでも販売を開始している。

「モアブルームデュアルアイライナー」は、お湯で簡単オフできる水性

フィルムタイプと、ウォータープルーフで落ちにくい油性ジェルタイプの2つのタイプを1本にまとめた2wayタイプとしたという。

また、第一弾のリップティントテンブレーションは、8種類の植物由来成分やEGF、FGFを高配合している。店頭での認知

物流サービスを主軸に人材派遣事業なども展開するピーリンクは、2017年秋にコスメティックブランド「innic(イニック)」を立ち上げ、第一弾としてリップティント(リップティント、3月からはオンラインショップでも販売を開始している。

「モアブルームデュアルアイライナー」は、お湯で簡単オフできる水性

フィルムタイプと、ウォータープルーフで落ちにくい油性ジェルタイプの2つのタイプを1本にまとめた2wayタイプとしたという。

また、第一弾のリップティントテンブレーションは、8種類の植物由来成分やEGF、FGFを高配合している。店頭での認知

変わる電話対応

エステティックサロンは、ここ数年でネット予約が主流になりつつありますが、まだまだ電話での予約、お問い合わせも少なくありません。

電話対応が新規のお客様との最初の接点になることも多く、サロンの第一印象が決まる部分でもあります。そして、ネット予約に移行すればするほど、電話対応の重要性がさらに増していっていると感じます。

しかし、そのような大事な要素であるにもかかわらず、決して良「周りの雑音がうるさく、声が聞き取りにくかった」「ハキハキと喋らないので、よくわからなかった」「電話で言ったことがサロンに行ったら、間違っていた」など、お客様に、エステティックサロンの電話対応について聞いてみると、次のような意見が多く聞かれます。

「電話をかけたなら、留守電だった」「電話の取り次ぎが長かった」「電話を取り次いだら、再度同じ説明を求められた」「言葉遣いが粗雑であった」「敬語の使い方が間違っていて、違和感を感じた」

く、声が聞き取りにくかった」「ハキハキと喋らないので、よくわからなかった」「電話で言ったことがサロンに行ったら、間違っていた」など、お客様に、エステティックサロンの電話対応について聞いてみると、次のような意見が多く聞かれます。

「電話をかけたなら、留守電だった」「電話の取り次ぎが長かった」「電話を取り次いだら、再度同じ説明を求められた」「言葉遣いが粗雑であった」「敬語の使い方が間違っていて、違和感を感じた」

「電話をかけたなら、留守電だった」「電話の取り次ぎが長かった」「電話を取り次いだら、再度同じ説明を求められた」「言葉遣いが粗雑であった」「敬語の使い方が間違っていて、違和感を感じた」

「電話をかけたなら、留守電だった」「電話の取り次ぎが長かった」「電話を取り次いだら、再度同じ説明を求められた」「言葉遣いが粗雑であった」「敬語の使い方が間違っていて、違和感を感じた」

「電話をかけたなら、留守電だった」「電話の取り次ぎが長かった」「電話を取り次いだら、再度同じ説明を求められた」「言葉遣いが粗雑であった」「敬語の使い方が間違っていて、違和感を感じた」

榎戸淳一プロフィール

新卒で船井総合研究所に入社し、様々な経験を積んだ後、「エステティック業界の健全化」に使命感を感じ、船井総研内で自らエステティック業界のコンサルティングを立ち上げ、業界内で多大な実績を残す。2009年8月に株式会社ES-ROOTSを立ち上げ、東京都目黒区にオーガニックコスメ&エステサロン「フルーツルーツ」をオープンさせ、第2回エステティックグランプリでは、モデルサロン部門、フェイシャル技術部門で2冠を獲得し、現在では、エステティックグランプリの理事長を務めている。著書に「サロンはスタッフ育成で99%決まる」がある。

連絡先: j-enokido@es-roots.co.jp

新体制下でブランド価値向上へ

アユーラ

アユーララボラトリーズ(木明絵里子社長)は、2018年2月より新体制を敷いた。

商品開発部門を新会社(アユーララボラトリーズ)として独立させ、販売・販売支援部門はアインファーマシーズアユーラ販売事業部として一事業部門とした。



アユーララボラトリーズは、商品開発に特化することで独立性・専門性、モビリティを向上し、ブランドの世界観を進化させていく。

天真堂

コンタクトセンター併設のロジスティクスを移転・増床

医薬部外品OEMメーカーの天真堂は3月1日から本格稼働する。併設のロジスティクス6・7倍の1500坪で、積川1500坪(うち100坪が事務所兼コンタクトセンター)を従来比で約3倍の30万個

