

ProBi 顧客管理システム

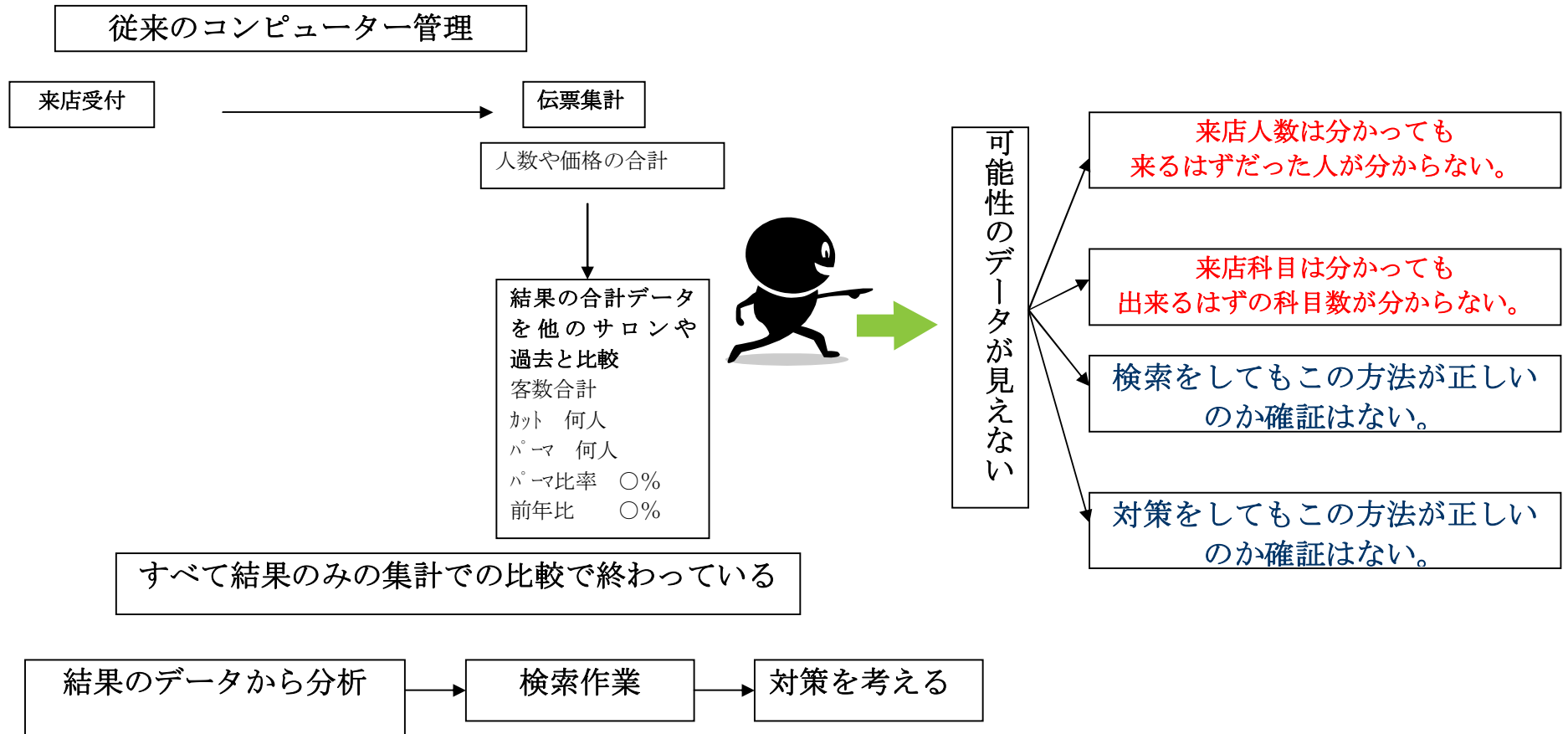


業界初の成功への道のりを自動化

成功するために各種の操作を重ねていく(検索等)従来のやり方を大胆に変換

成功のノウハウから成功の結果を導く過程をそのまま工程に乗せて、普段の作業を

実行する中で、いつの間にか成功の結果を得ている状態を確立する。



プロ美システム

守り【待ちの経営】から積極的に顧客を動員し、成長させ、維持し
固定化までの【攻めの経営】に流れを定着させる。

成功の結果

既存客の回復率 80%以上

新規客の固定化率 7 倍

25%の A クラスで
全体の売上の 70%を占める。

可能性のデータの発掘から
掘り起しを永続的に

全体一現状 = 可能性
新しい分析手法

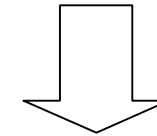
サロン平均作業稼働率を
30%から 80%へ

曜日・時間帯の来店平均化
スタッフの稼働率をアップ

この成功を導いた行動
の過程をシステム化



そのシステムを実行する

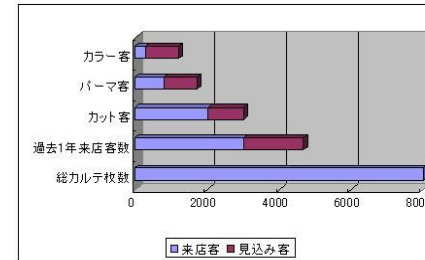


成 功
揺るがない経営的安定

- ① 毎日の入力作業で当初は自店の客観的能力を分析するところから始めていく
その現状分析の結果が生じる短所と長所 売上拡大の可能性を明確化

1 現状総点検（分析）

サロンの環境（客層、商圈など）および、
力（客数、売上、稼働状況、固定化）を客観的に判断把握する。



■ 来店客 ■ 見込み客
■ 現状 ■ 可能性
従来は現状のデータの集積で終わっていた。

全体一現状＝可能性

- ① 回復分析 **既存客** 毎日の顧客の来店入力作業から次月来店見込み客を抽出し、実際の回復状況を分析診断

例 100人の来店見込み客あった場合、実際に来店したのが40人ならば40%の回復率となる。
これは現状では60%の遅れ気客（落ち零れ客）がいることを表わすことになります。
通常の営業で毎月60%の見込み売り上げを失っていることを意味します。

新規客

初めての来店客の再来状況（従来は此処までの分析で終わっていた。）から年間来店回数4回以上すなわち、固定客へと成長した顧客が何人いるのかを診断
最終的に安定した顧客となった人数を明示していきます。
再来率が80%と良くても、最終的に固定化が進まず、固定化率が30%ならば当該サロンの客観的の力は30%となる。

- ② 重点管理 **デシル分析**

日々の入力作業からのデータから自動的に顧客を売上・来店回数などを上位から10段階に整理し、超ファン客からサポート客までを整理分別して、重点管理を可能にします。

- ③ 量的管理 **標準時間管理**

データ管理を売上のみでなく、作業工程の標準時間での管理によって稼働時間を店、スタッフ別に分析を可能にして客観的能力を分析する。

分析編

プロ美システムでは入力を開始した当初から、現状のサロンでの客観的力を分析していきます。

ノーマル回復状況				
見込年	見込月	見込み客数	回復客数	回復率
2006	1	90	37	41%
2006	9	70	50	71%
2006	10	65	50	77%
2006	11	73	58	79%
2006	12	67	62	93%
2007	1	56	46	82%
2007	2	93	68	73%
平均		1362	1024	75%

左記図は顧客の周期から来店するはずの顧客（見込み客）がどのくらい回復しているかを明示しています。左記サロン様の当初は回復率が**41%**でしたから回復率が**75%**まで回復してきているのが判断できます。このことは当初は100人来店するはずの顧客が、実際来店するのが41人であって、こぼれて行く客数が59人、すなわち**59%の失客率**であったこととなります。このような状態で企画の先行で客数増加の為に新規対策を実行してようやく5%の新規獲得をしたとしても59%の失客率では焼け石に水の状態なわけです。理美容経営研究会での周期管理での対策後は平均80%ですから、 $80\% - 41\% = 39\%$ の回復見込があり、この対策の実行はそのまま**39%の売上増**を約束することになるのです。

このような現状でのサロンでの失客状況・見込売上の可能性などを分析していきます。従来コンピューターのデータは過去何年間に渡っての売上計上・そこからのUP状況などのデータを抽出することが主な仕事になっているものとの違いを確認できます。

サイクル分析

サイクルシュミレーション										
年間周期売上		74046433								
2-1		3-1		4-1		5-1		6-1		年間予想売上
0		3196611		802931		224896		117889.6		78388761
超過額		0								
増加売上合計		¥4,342,328								
周期	客数	比率	来店回数	客単価	年間売上	2-1	3-1	4-1	5-1	6-1
1	461	35%	12	757	43895590	43895590	43895590	43895590	43895590	43895590
2	372	28%	6	757	17710585	17710585	17710585	17710585	17710585	17710585
3	235	18%	4	757	7458759	7458759	10655370	7458759	7458759	7458759
4	125	10%	3	757	2975569	2975569	2975569	3778500	2975569	2975569
5	62	5%	2.4	757	1180706	1180706	1180706	1180706	1405602	1180706
6	52	4%	2	757	825224	825224	825224	825224	825224	943113.6
売上合計		74046433								
超過額		0								
限界値引率		50%								
		33%								
		25%								
		20%								
		17%								

サイクル分析

顧客の来店周期別の分析を抽出し、顧客の来店の主な周期が何ヶ月かを明示することから始まり、それぞれの周期を短縮化した場合、年間どのくらいの売上増になるのかを事前にシュミレーションの確認が可能となっています。左記の図では3から6ヶ月周期を1ヶ月短縮した場合顧客の来店回数の増加を促進し、結果**年間¥4,340,000**近く売上拡大できることを表示しています。

このように実際の自店のデータから傾向と対策を事前に確認できます。ここで重要なことは、これだけの見込があると確認できても具体的にはどのように周期の短縮化を実行するのが大切なことです。もしこの見込の計上だけでは単に分析をしたということになります。プロ美システムはこの具体的対策を実行可能なシステムにプログラムされていることが強調すべきことなのです。

サイクル分析表

商品区分名	周期	数	%
ストレート		55	24%
ストレート	1ヶ月	10	4%
ストレート	2ヶ月	29	13%
ストレート	3ヶ月	28	12%
ストレート	4ヶ月	18	8%
ストレート	5ヶ月	19	8%
ストレート	6ヶ月	48	21%

メニュー別の分類分析

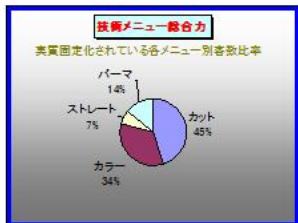
従来ストレート客が誰で何人在籍するかを抽出し、ストレートキャンペーンなどでこの周期に関係なくストレート客全員をDM対象として、一括発行していた現状があります。左記例ではストレート客でも1から6ヶ月と周期別に分類し、周期別顧客のリストアップから周期の短縮化を実行した後、DM発行を可能にしています。

顧客リスト		先食い客リスト		
顧客ID	顧客の氏名	商品区分名	周期	来店予定日
10957	後藤 聡美	ストレート	6ヶ月	2006/07/30
P0065	大上 亜希子	ストレート	6ヶ月	2006/11/18
3490	八杉 純子	ストレート	6ヶ月	2007/08/19
3481	谷口 めぐみ	ストレート	6ヶ月	2007/12/25
3282	森村 孝子	ストレート	6ヶ月	2008/02/14

左記の先食い客リストとは6ヶ月周期で来店するはずの顧客に対して1ヶ月先取りした5ヶ月目にお誘いをする対象者を意味しています。従来は周期に関係なくDMを発行していた事から無理なく1ヶ月短縮した時期でのお誘いで自然体にアクションを実行していきます。

メニュー別リピート率状況

メニュー名	ID	1回のみ	1回比率	2回	2回比率	3回~	3回~比率	総計
カット	1	206	38%	75	14%	257	48%	538
カラー	3	141	36%	55	14%	194	50%	390
ストレート	4	54	45%	27	22%	40	33%	121
パーマ	2	134	51%	50	19%	81	31%	265
合計総率								1314



メニュー別固定化率把握

従来の科目別比率（パーマ・カラー・ストレート比率）の計上では無く各科目での固定化率を分析する。

左記例の中でストレートは50%以上の再来率を計上していますが、実際に1回のみでの来店が終わった客数が45%もあり、実質固定化した客数比率は33%であることを明確にしています。

従来ならば50%の再来率で満足して、具体的な行動は起こしませんが固定化率33%は再度ストレートメニューの技術改善の必要性を暗示しています。

メニュー名	施術数	売上
リス S	36	¥306,000
イオンカールS	15	¥127,500
フォルム S	8	¥24,000
イオンカールML	3	¥26,700
ナチュラルパーマS	3	¥22,500
リス M	3	¥26,700
フォルム M	2	¥7,000
リス オンリーS	1	¥5,000
フォルム L	1	¥4,000

左記例では各メニューの中でも実際に顧客に受け入れられているメニューを細分化し、メニューの重点管理の必要性を提示しています。これらの分析から市場の動向を探り、何を重点的にアプローチしていくかを検討できます。

重点管理

従来の只単に顧客データを蓄積して行くだけではなく

全体の売り上げの大半に貢献するAクラス客の抽出からその貢献度を自動分析

更に、その顧客の未だ開発されていない可能性の売上データを整理し提示する。顧客のマクロ管理から細分化による重点管理を実現する。

右記の例では全体の25%の客数で年間売上の55%を占めていることを明示している。今後1年間でこの比率を70%まで上げる管理を進めていく。

2005年度での分析では年間売上に対してAクラス(1年間の来店客数の25%の客数)の売上総額の貢献割合が何%を占めているかを明示しています。

このデータでは25%(315人)の顧客の売上が年間売上の56%を占めていることが分かります。

25%の客数が全体(1252人)の売上の半分以上を上げていることを改めて認識させることによって顧客の重点管理の必要性を明確にしています。さらに左記例では前年度の売上に対して125%UPであり、Aクラスの平均来店回数が7回から8回へと向上している事が認識できます。

経営分析重点管理 美容室 LBR

過去1年間のAクラスの売上の貢献度

過去1年来店客数 1235

売上上位客数比率 25%

過去1年売上合計 ¥38,377,020

Aクラス人数 309

Aクラス売上合計 ¥21,247,750

Aクラス売上比率 55%

Aクラス年間客単価 ¥68,763

総客年間客単価 ¥31,075

Aクラス分析資料

現状客数分析

総顧客数 1959

過去1年来店人数 1235

過去1年以上来店 724

失客率 37.0%

年間売上損失額 ¥22,497,945

失客リスト

前回登録Aクラスリスト

新規Aクラスリスト

前回Aクラス降格

前回Aクラス貢献度

Aクラス技術顧客

Aクラス店販リスト

総合売上

Aクラス店販総合

店販分析

年間店販人数	1226	Aクラス店販人数	141	客数比率	12%
売上	¥2,532,250	売上の合計	¥1,288,428	売上比率	51%
店販客単価	¥2,066	Aクラス店販客単価	¥9,138		

2005年度 Aクラス分析資料

本年度売上	¥37,744,705	Aクラス本年度売上	¥21,243,790
本年Aクラス売上	¥21,243,790	前年度売上	¥16,955,750
Aクラス貢献割合	56%	売上前年比	125%
本年度総客数	1252	本年回数平均	8
A総客数	315	前年回数平均	7
A占有率	25%	回数前年比	125%
Aクラス年間客単価	¥67,441	前年年間客単価	¥53,827
一般客年間客単価	¥30,148		

前回Aランク登録者四半期別経過貢献度

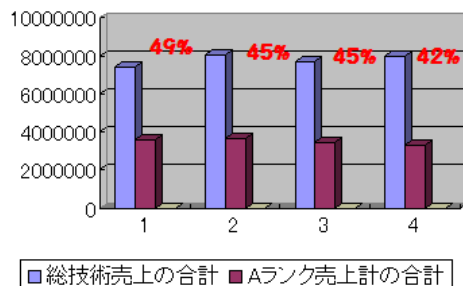
年	期	Aランク売上計	総技術売上	Aランク比率
2007	1	¥3,598,180	¥7,397,980	49%
2007	2	¥3,633,300	¥8,038,660	45%
2007	3	¥3,453,220	¥7,674,495	45%
2007	4	¥3,326,160	¥7,968,929	42%
合計		¥14,010,860	¥31,080,064	45%

左記例では2006年度にAクラス登録をした、Aクラスのグループの売上貢献度を四半期単位で表示しています。

実際には上半期から下半期に向かうに従ってAランク比率が向上していくことが望ましいわけです。

左記例ではAクラスの重点管理を実施せずに通常のどんぶり勘定的な顧客管理の結果です。

四半期別Aランク者貢献度



顧客を集合ではなく個々で管理する。

デシル分析をプロ美システム上で実行可能としました。

デシル分析とは顧客層を売上の高い順より10分の1ずつ細分化して、各層に応じて個別に重点管理を行う手法です。上位3段階のデシル3までが全体の30%に当たり、正常な状態ではこの30%の顧客の売上が全体売上の80%までを占めます。

25%の範囲では70%（通常のAクラス）です。30%で80%を満たさない場合はトップクラスの差別化による重点管理の不足を意味します。単に売上の上位30%に存在したということになります。個別の重点的な対応をすることによりサロンの強力な理解者となり、絶対客に成長していきます。この度、プロ美システムではこのデシル分析を可能にし、客層分別と更に各層別の対策案も詳細に紹介

デシル分析

デシル分析とは、全顧客を購入金額の高い順に10等分してその構成比を算出する分析方法であり、売上の上位集中度の観点から、顧客の全体概況を把握する手法です。対売上高貢献度の高い優良顧客を知ることができるなど、現状把握に有効で、分析も簡便であることから顧客分析の第1ステップであると考えられています。

	月間顧客購入額	全体売上に占める割合
デシル1	53,000円	47.0%
デシル2	29,000円	21.0%
デシル3	18,000円	13.5%
デシル4	9,000円	8.0%
デシル5	6,000円	4.0%
デシル6	3,500円	3.0%
デシル7	2,000円	2.0%
デシル8	1,000円	1.0%
デシル9	500円	0.4%
デシル10	150円	0.1%

例えば、上記の例で見ると、デシル3までの30%の顧客で累計売上高の約8割を占めていることが判ります。すなわち、この3割の顧客が離反しないようなプロモーションを展開していけば、売上の8割を安定的に確保できるということになります。特にデシル1で売上の約半分を占めていることから、この部分が最重要の上得意客ということになります。具体的には、これらのデシル1~3のグループに絞ったDMを送送し、通常のセールを前倒して展開するなど、他の顧客とは差別化された特典を与えていくという手法が有効となります。

サロンデシル総合分析

デシル分析とは顧客層を売上の高い順より10分の1ずつ細分化して、各層に応じて個別に重点管理を行う手法です。上位3段階のデシル3までが全体の30%に当たり、正常な状態ではこの30%の顧客の売上が全体売上の80%までを占めます。25%の範囲では70%（通常のAクラス）です。30%で80%を満たさない場合はトップクラスの差別化による重点管理の不足を意味します。単に売上の上位30%に存在したということになります。個別の重点的な対応をすることによりサロンの強力な理解者となり、絶対客に成長していきます。

デシル対策案	本年度 利用高合計 ¥3,454,001
一括デシル登録保存	
デシル分析レポート	総客数 322

NO	デシル分析売上	割合	累計比率
1	¥855,133	25%	25%
2	¥578,910	17%	42%
3	¥377,502	11%	52%
4	¥377,502	11%	63%
5	¥323,595	9%	73%
6	¥264,230	8%	80%
7	¥214,015	6%	87%
8	¥141,355	4%	91%
9	¥224,515	7%	97%
(オ)			

デシル客層	客数	ご利用高	累計比率 売上貢献
超ファン客	64	¥1,434,043	42%
ファン客	64	¥852,248	63%
サポート客	97	¥801,840	87%
ショット客	97	¥365,870	97%

デシル別対策

客層	特徴	対策案
超ファン客	来店頻度が高く、来店回数が多い。来店日時が一定している。来店時、スタッフと会話している。来店時、スタッフと会話している。	DMを送付して来店を促す。来店時、スタッフと会話している。
ファン客	来店頻度が一定している。来店日時が一定している。来店時、スタッフと会話している。	DMを送付して来店を促す。来店時、スタッフと会話している。
サポート客	来店頻度が一定している。来店日時が一定している。来店時、スタッフと会話している。	DMを送付して来店を促す。来店時、スタッフと会話している。
ショット客	来店頻度が一定している。来店日時が一定している。来店時、スタッフと会話している。	DMを送付して来店を促す。来店時、スタッフと会話している。

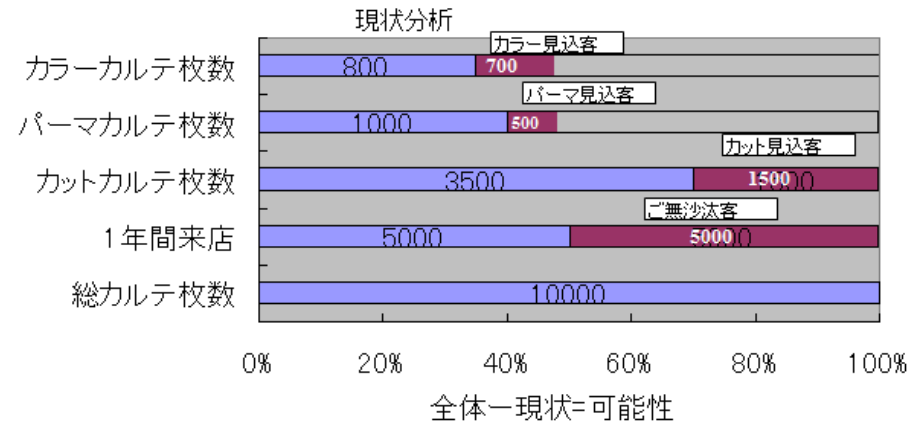
超ファン客
客層記号 WF
DM準備

合計人数	64	最高ご利用額	¥49,523
平均客単価	¥22,407	最低ご利用額	¥16,600
平均来店回数	2	最高来店回数	2
		最低来店回数	1

NO	顧客の氏名	顧客のシメイ	ご利用高	回数
1	中川 カミ子	1007111	¥49,523	1
2	中川 純子	1007111	¥40,668	2
3	滝井 遼子	1017111	¥36,600	2
4	岡澤 有紀子	1017111	¥31,644	2

名寄せ管理

顧客の施術科目からすべての科目の一覧から見た場合の
 いまだ施術していない科目を抽出
 例えば1年間の来店客は5000人いるわけですが、
 其の内カットを施術しているのは3500人
 ということは残り1500人はカットをしていないことになります。
 カットをしない客はいないわけですから、この顧客は他店カット客
 ということになるわけです。
 言い換えれば当店でカットをさせるべきカット見込み客と
 なるわけです。
 このように現状を把握すれば全体から可能性のデータを
 抽出できるわけです。
 従来は現状のデータを出すことのみで終わっていたのです。



再来率から固定化率

お店全体からスタッフ個人の固定化率を
 把握することで、最終的な目的である
 顧客の増客と固定化を促進していく。

再来分析管理

	来店数	戻り客数	再来率	1ヶ月経過	2ヶ月経過	3ヶ月経過	4ヶ月経過	5ヶ月経過	6ヶ月経過
店舗客	715	504	70%	268	193	43	0	0	0
	累計再来率			37%	64%	70%	70%	70%	70%
固定客	685	496	72%	266	189	41	0	0	0
	累計再来率			39%	66%	72%	72%	72%	72%
新規客	30	8	27%	2	4	2	0	0	0
	累計再来率			7%	20%	27%	27%	27%	27%

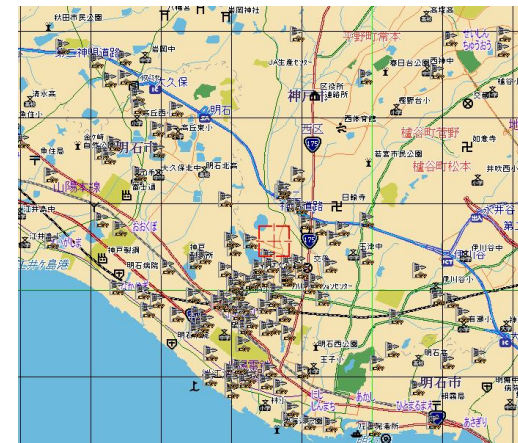
未再来リスト
 新規再来固定化客
 新規未再来担当別

主担当別再来率
 3ヶ月再来分析

氏名	項目	再来率	来店数	戻り客数	1ヶ月経過	2ヶ月経過	3ヶ月経過	4ヶ月経過	5ヶ月経過	6ヶ月経過	累計再来率0
フリー	総合	74%	343	254	157	46%	75	68%	22	74%	0
フリー	既存	77%	324	248	156	48%	72	70%	20	77%	0
フリー	新規	25%	16	4	1	6%	2	19%	1	25%	0
定 雅史	総合	86%	168	145	87	52%	53	83%	5	86%	0
定 雅史	既存	87%	166	144	87	52%	52	84%	5	87%	0
長谷川 潔	総合	74%	141	104	48	34%	48	68%	8	74%	0

商圈分析

顧客データより電子地図上に顧客の住所に
 フラグを表示一発で自店の商圈が明確化
 されます。
 チラシ配布後の戻り客の住居も地図上に
 フラグで表示される。



アクション編

予測分析から動員計画

プロ美システムは常にサロン様の目標達成の為に事前計画書を準備します。周期分析から当月見込める来店予想客数を明示して、目標達成のための実行計画を捻出します。たとえば今月目標客数が100人であるならば、今月の動員の為のアクション(DM発行など)の実施で、来店を可能にできるターゲット客層とその回復見込み数を前もって知らせてくれます。

来店動向分析

識別種	予測客数	回復率	回復見込
当月見込	33	80%	26
先月見込	29	50%	15
ご無沙汰	255	10%	26
Aクラス誕生	67	30%	20
未カット客	82	20%	16
新規礼状	26	50%	13
新規遅れ	22	30%	7
カット遅れ	19	50%	10
パーマ遅れ	1	50%	1
見込誕生	2	80%	2
紹介元	1	30%	0
計:	537		134

左記の例ではこの客層へのアクションの実施で目標を達成できることが表示されています。事前に目標を達成できるように行動することを促進します。この計画からDMアクションへと進んでいきます。

100人の目標人数に対して134人の見込み人数を提示している。これらの客層にDMなどのアクションを実行した場合、予想客数に対して過去の統計データより計算された回復率により、正確な回復見込人数を抽出している。このアクションを上から順に目標人数に達成するまで実行していく。結果としての目標達成ではなく、達成するように動いていく

これがプロ美システムの求めるところです。

DMアクションのオートメーション化

各客層別に適した文章内容とタイミングをすべてオートメーション化
従来の顧客検索から宛名書き、更に文章作成などの流れをすべて自動化
気軽に確実に DM アクションが実行されていきます。

カラーのタイミングのお客様に自動的に適切な文章を割り当てられたDMを作成

Auto-Week-DM-Action

週間単位での科目別見込み客リストの抽出から一括DM印刷が実行できます

禁止処理などの追加をした場合は必ず下部のボタンを押してください。

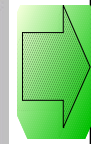
Mail-List
重複禁止処理
禁止処理確認

内容	対象数	内容文	顧客の氏名	顧客のシメイ	客層	科目名	電子メール アドレス	確認	DM発効
カット見込	4	DM	青木 えつ子	ア科 エツコ	主婦ヤング	カット遅れ		発行	禁止 解除
カット遅れ	66	DM	井内 純子	イウチ ジュンコ	主婦ヤング	カット見込		発行	禁止 解除
カラー見込み	1	DM	石本 美紀子	いしもと みきこ	主婦ミドル	パーマ遅れ		発行	禁止 解除
カラー遅れ	34	DM	磯部 香菜	いそべ かな	主婦ヤング	カット遅れ		発行	禁止 解除
パーマ遅れ	15	DM	伊藤 順子	イトウ ジュンコ	主婦ヤング	カラー見込み		発行	禁止 解除
			稲岡 麻友子	いなおか まゆこ	主婦ヤング	カラー遅れ		発行	禁止 解除
			井上 有加里	いのうえ 有加	主婦ヤング	カット遅れ		発行	禁止 解除
			井上 裕真	いのうえ 裕真	主婦ヤング	カット遅れ		発行	禁止 解除
			井端 直久代	いばた 直久代	主婦ヤング	パーマ遅れ		禁止	禁止 解除
			今井 智栄子	いまい ちえこ	主婦ヤング	カラー遅れ		発行	禁止 解除
			井本 美穂	いのもと 美穂	主婦ヤング	パーマ遅れ		発行	禁止 解除
			岩崎 美和	イワサキ 美和	主婦ヤング	パーマ遅れ		発行	禁止 解除
			岩本 由佳	いわもと ゆかり	主婦ヤング	カラー遅れ		発行	禁止 解除
			上野 亜紀	ウエノアキ	主婦ヤング	カット遅れ		発行	禁止 解除
			大野 瑞美	オノタマミ	主婦ヤング	カラー遅れ		発行	禁止 解除
			岡井 咲穂里	おかい さゆり	主婦ヤング	カット遅れ		禁止	禁止 解除

発行対象合計 120

DM一括発行

発行数 120



POST CARD

〒 649-7206
大阪府河内長野市西代町9-24

横田 京子 様

忙しい毎日ですが、お元気ですか。そろそろヘアーの色味が気にかかりませんか。お庭の時期が近づいてきました。ご多忙とは存じますが、貴方のお返事のためにほんの少しのお時間を頂けましたら幸いです。お気軽にお立ち寄り下さい。

スタッフ一同よりお待ちしております。

美容室 プリティドール

〒586-0017
大阪府河内長野市古野町1-1
TEL0792-0000-

お客様の来店周期を科目別に細かくデータ分析して、お客様の来店見込み時期が1週間以内の顧客をリストアップ
さらにその客層（見込み客・遅れ客・・・）別に宛名はもちろん文章も自動的に割り当てるため、
お店では只、印刷するだけの作業で済みます。
そのタイミングの正確さは、過去の **DM 回復率**での実績で **80%を超える**ものが多数あります。

NO	選択 DM テーマ	抽出 内容
1	各科目別周期別 DM	カット・パーマ・カラーなどの各科目別の来店周期での見込み客を抽出
2	各科目別周期別遅れ客 DM	カット・パーマ・カラーなどの各科目別の来店時期から1カ月以上遅れ
3	名寄せ拡大用 DM	来店はしているもの当店では未施術の科目でのお誘い DM
4	各種礼状(新規・紹介元)	新規客やご紹介元への1週間以内での礼状発行
5	新規 3 カ月未来店客	ご新規で初回来店以後3カ月間未来店客への再お誘い DM
6	長期周期客短縮化誘い DM	来店周期が長いお客様へ、個別の周期を短縮してお誘い DM
7	過去 1 年内の来店客誕生日 DM	1年以内の来店客の誕生日でのお祝い DM 発行

新規固定化分析

新規客数 再来総客数

再来率

担当別固定化分析

再来3回以上 固定化率 (3回以上) 顧客リスト

1回~未来店 遅れ率 (1回) 顧客リスト

2回~6ヶ月以上未来店 失客率 (2回) 顧客リスト

3回~6ヶ月以上未来店 失客率 (3回) 顧客リスト

4回~6ヶ月以上未来店 失客率 (4回) 顧客リスト

累計新規6ヶ月再来から来店回数別固定化率

6ヶ月再来率	固定化率	1回のみ比率	2回のみ比率	2回以上で固定化率
51%	42%	44%	10%	79%

年	月	客数	再来人数合計	6ヶ月再来率	固定化率合計	固定化率	1回のみ合計	1回のみ比率	1回で3回以上の合計	1回で3回以上の比率	2回で2回のみ合計	2回で2回のみ比率	2回で3回以上の合計	2回で3回以上の比率	2回以上で3回以上の合計	2回以上で3回以上の比率
2010	10	20	15	75%	11	55%	5	25%	0	0%	4	20%	2	18%	9	82%
2010	11	14	7	50%	6	43%	6	43%	1	17%	2	14%	0	0%	5	83%
2010	12	15	5	33%	7	47%	8	53%	2	29%	0	0%	0	0%	5	71%

1年前の新規客の固定化状況を分析

- ①初回の来店のみで終わった客数と比率
- ② 2回以上の来店比率
- ③ 2回で終わった客数
- ④ 固定化客数とその比率

左記例では 6ヶ月間での平均値として新規再来率が 51% 固定化率が 42%

1回のみ比率が 44% (平均値 75% より少ない)

2回で終わっている客数比率が 10%

更に 6ヶ月間に 2回以上来店した顧客の 79% が固定化していることを明記している。

この事は、左記の店では 6ヶ月間に 3回来店させれば、かなりの確率で顧客は固定化することになる。

新規DM効果分析

過去3ヶ月間での新規様のDM発行と再来の関連を分析しております。

ThankDM 再来チェック DM効果率 DM再来合計 未DM効果率 未DM再来合計 客数

1week未発行DM者 **3week未発行DM者** **3MONTH未来店者**

顧客の氏名	顧客のシメイ	初回来店日	経過日	ThankDM	3weekDM	3MonthDM	DM回数	再来DMチェック	未DM再来	最終来店日
服部 遥奈	ルリルル	2011/03/30	-364							2011/03/30
岡本 滄代	カキカキ	2011/03/27	-361							2011/03/27
正木 英知	ササササ	2011/03/19	-353							2011/03/19
中川 真梨子	カカカカ	2011/03/11	-345							2011/03/11
安田 光映	カキカキ	2011/03/06	-340							2011/03/06
柴田 真子	カキカキ	2011/03/03	-337							2011/03/03
谷本 彰子	カキカキ	2011/03/02	-336							2011/03/02
澤田 信子	カキカキ	2011/02/25	-331							2011/02/25
岸 宗弘	カキカキ	2011/02/10	-316							2011/02/10
小畑 啓子	カキカキ	2011/01/29	-304							2011/01/29
森田 祐也	カキカキ	2011/01/29	-304							2011/01/29
八木 メリ子	カキカキ	2011/01/25	-300					1	1	2011/03/11

新規客来店後 3ヶ月間での DM アクション

- ①3ヶ月間何のDMアクションを行わなかった場合の再来比率
- ②1回目直後のサンキューレター発行時の再来比率
- ③3の手法に応じたDMアクション実行時の再来比率

左記例では①は 46%だが、③実行では **回復率が100%となっている。**

その効果の明確な違いを確認出来る。

更に、3の手法に基づいて **1週間経過して未だDMを出していない顧客リストの抽出・来店してから、3週間目で3週間目のDMを出していない顧客・更に3ヶ月経過して未だ再来の無い顧客**をボタン一つで抽出可能としている。

当然抽出された顧客には適切な文章入りでDM発行が可能となっている。

正に新規客を1回の来店で終わらせないためのきめ細かな対策がシステム化されている。

固定化率 7倍の実現を可能にする新システム

ProBi SYSTEM

■ 増客繁栄の一点にノウハウを集中したシステム

入力編

1. ボタンが中心の入力操作
既存客の呼び出しは頭文字でも
会員NOでも、電話番号でもOK

← コンピューターが初めて
の方でも大丈夫

2. お客様の氏名住所入力
郵便番号が分かれば一発入力

← 新規の方も簡単入力

3. 開店と同時に本日の予約者リスト
を提示

← 予約客も簡単管理

4. 受付時に前回のカードの使用
状況や、前回未入金金額も提示

← カードが無くても、大事な
情報を漏らしません

The screenshot displays the ProBi SYSTEM interface. At the top, it shows 'FRONT' and '来店日 2012/09/01'. Below this, there are buttons for '来店履歴', 'カルテ入力', and '来店取消'. A central area features '既存' (Existing) and '新規' (New) buttons, along with 'カルテ' (Card) and 'お預り金' (Deposit) buttons. A '予約管理' (Reservation Management) section shows '本日予約状況' (Today's Reservation Status) and '年間予約状況' (Annual Reservation Status). A 'お待ち人数' (Waiting Customer Count) is shown as 3.

科目ID	技術メニュー	担当	受付担当	手書NO	記号	滞在客様	メニュー	指名担当	主担当	カルテ	来店時間	経過分	
1	カット	1	ショップフリー			前田 仁	カット			カルテ	9:25	303	レジ後出し
						井上 恵子	カット			カルテ	9:28	300	レジ後出し

Below the table is a '五十音キーボード' (五十音 Keyboard) for name input. To the right is a 'ご予約ボード' (Reservation Board) showing a grid of time slots from 8:00 to 20:00. The board lists reservations for '齋藤 恵子' (Saito Keiko) at 11:30, '松田 聖子' (Matsuda Seiko) at 15:00, and '伊藤 ゆかり' (Ito Yukari) at 15:30.

受付フォーム

お客様呼び出しますと前回までの技術履歴・主担当者などの情報の他に技術データの取り込みスタイル画像も同時に表示 簡単に確認が可能です。今回までにお客様に発行したDMの履歴ご紹介先の来店があればそのお知らせなど受付時に最低に知りたいことを表示

カルテ印字を押せば前回までの主なデータを印刷し、そのまま技術資料として活用できます。

来店受付
既存扱い
技術カルテ印字
顧客ID 20001

手書カルテNO	11	NO割当
お客様氏名	前田 千穂	
フリガナ	まえだ ちほ	
郵便番号	649-7161	
住所	和歌山県伊都郡かつらぎ町笠田東 85-1	
電話番号	0736-22-6433	
初回来店日	2001/08/29	
客層	主婦ヤング	フリガナ検索
紹介元ID		紹介元検索
紹介元		
誕生日		生年月日 和暦日付入力 H1 21007/平成13年10月7日)
誕生月:	0	
誕生・日:	0	
年齢		入力確認
DM発効日:	2005/12/29	性別 男性
DM発行禁止	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
電子メール		

来店履歴	
前回来店日	2006年5月26日
会計	¥2,800
前回指名担当	
前回主担当	
来店回数	回数 6

商品名	商品区分名	小計	値引金額	会計	氏名
▶ ナチュラルカット	カット	¥1,800	0	¥1,800	森 純子
フロント	カラー	¥1,000	0	¥1,000	入山 美知代

DM発行内容	紹介先
DM発効日	DM種類
2006/05/26	Aクラス客
2005/12/10	カット見込
2005/10/07	ノーマル客

カルテ
顧客ID 7村00031501
手書カルテNO

お客様氏名	青木 亮子	tel	00000000
フリガナ	アキハコ	mail to:	

客層	主婦ヤング	初回来店日	2000/01/01	スタイル名	未定	ボーナスタイム	
会員名称		生年月日		誕生月	0	誕生日	0
来店履歴		年齢		紹介元氏名		DM発効日	DM内容
						2006/01/02	1月遅れ

年間利用	技術金額	店販額	来店回数	主担当
2006	¥17,200		2	長谷川 深

残数会計	使用回数	有効期限始	有効期限終
メンバーカード	1	5	2006/10/19 2007/10/18

区分名	メニュー	小計	値引	総会計	技術担当	来店日
カット	カット	¥3,900	0	¥3,900	長谷川 深	2007/09/19
カラー	カラー	¥4,600	0	¥4,600	フリー	2007/05/15

店販履歴

備考

限9/34 先N-7 C-6 2-1
4295
現在、ひろた様に

A4 用紙の半分のサイズに前回までの主要技術履歴・DMの履歴・各種情報を印字が可能・・・このカルテを作業の資料として回していく

ご会計

お帰り際に伝票発行 好みのお勧め文を自由に印字 更に裏面には髪の状態と処置の為のお勧め商品を明示したヘアケアシート印字

会計画面 116693 2013/06/30

お客様名 **山口 百恵**

ご注文メニュー **カット&カラー**

御会計

御利用額	¥7,500
値引修正	¥0
合計	¥7,500
消費税	¥0
お会計	¥7,500
お預かり額	
お釣り	

御精算

伝票印刷

クレジットカード

カード発行受付

賞美期限

作業工程入力

主担当 **松田 聖子**

主担当一括指定

商品ID | メニュー名 | 単価 | 数 | 小計 | 追加金額 | 値引金額 | 修正額 | 合計 | 消費税 | お会計 | 担当選択 | 担当者

900	カット	¥4,000	1	¥4,000	0	0	¥0	¥4,000	¥0	¥4,000	2	松田 聖子
900	マニキュア会員60日	¥3,500	1	¥3,500	0	0	¥0	¥3,500	¥0	¥3,500	42	小柳 留美子

ご利用明細表

伝票NO 14598

本日は当店のご精算額に有難うございます。本券は有効な商品券となります。

御来店日 2007/02/01 貴客 美津子 様

メニュー	単価	御利用額	担当
カットリフト	¥3,000	¥3,000	フリー
デミアージュ ヘアマスクIII	¥2,800	¥2,800	フリー
フロー	¥2,500	¥2,500	フリー
シャンプー1	¥1,300	¥1,300	フリー

ご利用金額 ¥8,600
サービス料 ¥0
合計金額 ¥8,600
消費税 ¥480
ご請求金額 ¥9,080
カード金額 ¥0
ご入金金額 ¥10,080
ご会計金額 ¥10,080
過不足金 ¥0

有効期限 22

200円割引券 10ポイントにつき500円割引
受付時間 平日9:00~7:00 土日9:00~6:00

Salon De Libris 075-351-0000

ヘアケアアドバイス

- 1 要案** 水分が不足
対策処置 髪の水分不足は頭皮の原因です。保湿効果の高い成分(NMF)などの充満をします。
※保湿剤
シリコンシャンプーとLBトリートメント
- 2 要案** 頭皮が痒い
対策処置 頭皮を清潔にし表面の保護処置をいたします。
※保湿剤
LBR-Treatment ケア
- 3 要案** 髪が伸びにくい
対策処置 髪に十分なたんぱく質成分の充満をいたします。
※保湿剤
アミノ酸などのたんぱく質成分の充満をいたします。
- 4 要案** 乾燥気味で艶がない
対策処置 頭皮の脂分不足です。頭皮の洗浄とホルモン処置をいたします。
※保湿剤
- 6 要案** 抜け毛が多い
対策処置 髪の構成アミノ酸などの充満と頭皮保護処置をいたします。
※保湿剤
- 7 要案** パーマ処理後
対策処置 パーマ後のアミノ酸成分の保湿成分(アミンPFTなど)を充満してキューブの再生を促します。
※保湿剤
- 8 要案** カラー処理後
対策処置 カラー処理は脱水状態を起こす可能性があります。保湿成分及びたんぱく質の充満をします。
※保湿剤
- 9 要案** ストレート処理後
対策処置 パーマやカラー後の両方の処置が必要です。
※保湿剤
- 10 要案** 頭皮が痒い
対策処置 頭皮洗浄とホルモン処置をいたします。
※保湿剤

顧客独自の来店周期を明示して、必要な短縮期間を設定

お客様の来店履歴から周期を判断し、周期の長いお客様には短縮化が可能のようにレジ画面で個々の周期とお勧め短縮期間を設定、そのまま次回誘い日を登録できます。

次回お誘い予約

受付ID: 86868 本日から経過日数での指定と直接カレンダーにての指定のどちらか一方が可能です。

指定期間 3 日後

次回予定日 2004/12/28

曜日 火曜日

指定日数代入

周期 次回指定日数

1 30

2004 12月 12月 2004

日	月	火	水	木	金	土
28	29	30	1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	1
2	3	4	5	6	7	8

技術管理

1. 顧客管理・売上管理・技術・地域・商品売上・スタッフ別作業分析
 曜日別客層別売上管理・年間集計表などなどの各種帳票の他
 カルテに関しては、画像によるスタイル管理のカルテを準備

お客様の正面・サイドのスタイル画像をカルテに取り入れる。技術データもビジュアルで正確なカルテ管理を実現しました。

CARTE 2012/07/01 4753 親ファン客 SVIP

顧客ID: マ782097 電話番号: 071-524-4120 生年月日: 1990/08/26 手帳別カルテNO: 7000

顧客の氏名: 松田 聖子 通称: 子ちゃん 性別: ♀ カット: ランク

フリカテ: マ782097 郵便番号: 520-0804 紹介元: 齊藤 恵子 来店動機: 来店動機

住所: 東京都世田谷区 客層: マジック 初来店日: 2011/11/18 ホーナスタイム: ホーナスタイム

技術データ入力: 技術データ入力 作業入力 スタイル情報入力

技術来店履歴

来店日	メニュー	価格	金額	担当者氏名
2012/07/01	トリートメント	30	¥3,000	

作業工程

工程	氏名	日付
B 12	本田 武	2012/07/01
SH1 7	松元 伊予	2012/07/01
CU 15	松元 伊予	2012/07/01

登録日: 2013/06/30 カルテID: 1

顧客ID: マ70615401 カルテ枚数: 1

ヘアカラーカルテ 毛髪状況

技術スタイルメモ: トップにボリュームを

スタイル: 未定

髪の色: 黒

髪質: 細軟

髪型: ロッド

スタイリング: フロント

スタイリング: サイド

スタイリング: バック

スタイリング: トップ

スタイリング: ネーズ

アイロンの温度: 10分

カルテ 顧客ID: マ700031501 手帳カルテNO

お客様氏名: 青木 亮子 tel: 00000000

アキリウロ

寄附	主婦ヤング	初来店日	2000/01/01	スタイル名	未定	ホーナスタイム		
会員名称		生年月日		誕生月	0	誕生日	0	ラッキーア
来店履歴		年齢		紹介元氏名		DM発効日		DM内容

DM発効日: 2008/01/02 DM内容: 1月遅れ

年月	技術金額	店販額	来店回数	担当
2006	¥17,200		2	長谷川 潔

残数合計 使用回数 有効期限 有効期限

区分名	メニュー	小計	割引	総合計	技術担当	来店日
カット	カット	¥3,800	0	¥3,800	長谷川 潔	2007/09/19
カラー	カラー	¥4,600	0	¥4,600	フリー	2007/05/15

店販履歴

備考: 髪8/34 黒N-7 C-6 2-1 4255 現在、ひろた様に

登録日: 2006/12/31 カルテID: 77

顧客ID: マ700094901 松田 聖子

カラー染液種類: 2 技術処置種類: 毛先透明5%程度

使用薬品名: カラー剤

初回塗布剤OR根元塗り薬剤

カラー混合	染液量	2液種	1液2液比率	放液タイム	放液時間2	放液時間3
カラー混合1: top-model	60	6	1:1			
カラー混合2						
カラー混合3						
カラー混合4						
カラー混合5						
カラー混合6						
カラー混合7						
カラー混合8						
カラー混合9						
カラー混合10						
カラー混合11						
カラー混合12						
残液追加薬剤						

処理メモ①: PPT処理先行

処理メモ②: トーンアップ

処理メモ③:

①は根元処理1回目以上の処理
 ②は中間処理又は2回目の処理を意味します。

スタッフ管理



ProBi システムでは、サロン経営の骨格は、全体は個々の集まりであることを基本として、スタッフ1個人が経営者であるという概念を底辺に引いています。

その意味で、個々のスタッフが、どの位の固定客（ファン客）を持ち、その管理状況がどうなのかを細かく診断できるデータベース（スタッフカルテ）を構築しています。さらに、技術者としての技術の訓練目標達成 状況をリアルタイムに把握できます。

STAFF kARTE

社員ID

登録番号

←

→

全社員実績累計

🖨

🔍

氏名

郵便番号

住所

TEL

生年月日 年齢:

入社日 勤続年数

会社ID 会社名

主担当客数 **154**

指名客一覧

ファン客数 **240**

ファン客一覧

遅れファン客

過去1年内で3回以上メイン担当されているお客様数

画像取込

累計実績

月	主担当売上	店販実額	主担当総売上	指名売上	客単価	主担当客数	固定再利用率	新規再利用率	再売上	カット比	パーマ比	ST比	カラー比	TR比	ファン客数
1	¥978,120	¥11,991	¥990,111	¥506,350	6699	146	95%	33%	¥934,070	75%	9%	0%	44%	19%	252
2	¥1,072,010	¥15,895	¥1,087,905	¥548,750	6961	154	97%	75%	¥1,003,750	68%	12%	0%	41%	29%	245
3	¥1,133,050	¥104,604	¥1,237,654	¥587,000	6665	170	97%	80%	¥1,095,000	76%	10%		40%	28%	242
4	¥1,010,100	¥5,470	¥1,015,570	¥527,700	7215	140	97%	67%	¥960,400	73%	11%	0%	41%	29%	233
5	¥1,162,850	¥10,140	¥1,172,990	¥598,000	7223	161	99%	83%	¥1,073,800	75%	10%	1%	47%	26%	232

社員別に定着したファン客を管理
 ・年代・固定客数を明示

社員別ファン客層

社員ID

氏名

ファン客数

年代	ファン客数
10代	4
20代	24
30代	73
40代	48
50以上	184

Fan客年代別

技術キャリア分析・スタッフ別の技術習得度を管理
 更に現状サロンでの工程需要に対しスタッフの技術習得が
 追いついているかを分析・重点教育科目を明示する

キャリア分析表

修得段階は1から4段階です
 1...レッスン中
 2...レッスン終了
 3...現場作業OK(合格)
 4...指導能力有り

工程別需要頻度分析

技術供給バランス

登録実施日 修得合計:

技術査定ID

社員ID

氏名

技術能力ID	修得段階	合格数
ロッドアウト	4	
塗布パーマ	4	
塗布トリートメント	4	
ストレート薬剤塗布	4	
お流し	4	
ワッシュンパー	3	
ワッシュンパー-ロン	3	
カラー-ワッシュンパー	3	
マッサージ	4	
ワインディングコン	3	
ドライ	4	
グレーカラー塗布	3	
ブロー-ワンレングス	4	
*	0	

能力ID	技術項目名	標準時間	目標数	ウィッグ目標数	モニター目標数	グループ
1	社員マナー	0	2	0	0	その他
2	営業内容の把握	0	14	0	0	その他
3	ロッドアウト	2	4	10	10	ブロー
4	塗布パーマ	3	9	10	10	ブロー
5	塗布トリートメント	5	8	10	10	トリートメント
6	ストレート薬剤塗布	8	8	10	10	カラー
7	お流し	5	4	10	10	カット
8	ワッシュンパー	7	4	10	10	カット
9	ワッシュンパー-ロング	8	4	10	10	カット
10	カラー-ワッシュンパー	15	4	10	10	カット
11	マッサージ	5	4	0	20	その他
12	ワインディングコンカール巻き	25	100	1	0	ブロー
13	ドライ	10	4	10	20	ストレート
14	グレーカラー塗布	15	5	20	20	ワインディング
15	ストレートアイロンプレス	60	4	20	10	カラー

標準時間での作業実績管理で全スタッフの
 公平な量の評価を可能にする。

工程作業月計

氏名	カット	カラー	シャンプー	その他	トリートメント	ブロー	ワインディング
定 雅史	19	5	19	19	19	19	19
長谷川 潔	185	185	185	185	185	185	185
中山 美穂	12	12	12	12	12	12	12
菅野 美穂	195	195	195	195	195	195	195
森 真一	32	32	32	32	32	32	32
松田 聖子	1	1	1	1	1	1	1
松山 千香	1	1	1	1	1	1	1
小塚 桂	18	18	18	18	18	18	18
坂本 冬美	12	12	12	12	12	12	12
今井 真希	12	12	12	12	12	12	12
吉永 小百合	2	2	2	2	2	2	2

各種分析帳票

各種帳票

日報各種計算
チェック

本日データ修正

各種データ送信
メンテナンス

一括印字: 日報・来店一覧
月報一括印字: 月報・月集計

用紙修正
Help

日計
累計
月計

日計表

売上日報

来店一覧表

店販日報

本日アクション

社員別日計表

社員別売上日報

累計表

累計売上集計

累計営業報告

社員別累計表

社員別累計売上

月計表

営業報告書

店販月報

月メニュー別

曜日/日別来店

社員別月計表

社員別月計実績

社員別月店販

社員別月担当実績

社員別月作業売上

社員別月店販

社員別月担当実績

社員別月作業売上

社員別月店販

社員別月担当実績

社員別月作業売上

社員別月店販

売上日報 2006年12月31日 美容室 LBR

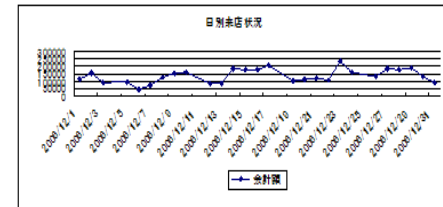
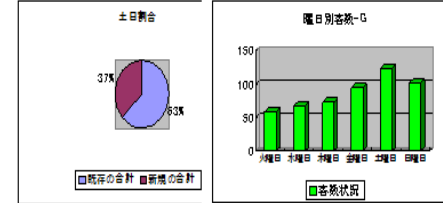
December 2006		実働日数	累計売上
本日売上	¥142,600	27	¥4,241,670
技術売上	¥106,320		
技術修正	¥14,560		
技術売上	¥91,760		
店販売上	¥36,280		
店販修正	¥3,720		
店販売上	¥32,560		
販売工	¥142,600		
販売工	¥13,280		
石炭計金額	¥124,320		
消費税	0		
内店販消費税	0		
カード支払	0		
未入金額	0		
現金入金額	¥124,320		

メニュー別	人数	本売上
カット	10	328
パーマ	1	62
カラー	5	257
ストレート	1	30
店販	4	88

メニュー名	売上合計	客数	修正係別	合計
カット	¥44,800	10	800	¥44,000
店販	¥36,280	6	3720	¥32,560
ストレート	¥25,000	1	10000	¥15,000
カラー	¥19,000	5	0	¥19,000
パーマ	¥10,000	1	2000	¥9,000
その他	¥4,520	17	2050	¥2,250
シャンプーブロー	¥2,500	2	0	¥2,500
トリートメント	¥1,000	1	0	¥1,000

当月・曜日集計表

曜日	客数
日曜日	102
月曜日	59
火曜日	61
水曜日	73
木曜日	93
土曜日	123



営業報告 2006年12月 美容室 LBR

技術売上	スタッフ売上	店販売上	前月比	客数	客単価	客数増減	客単価増減
¥93,708,780	¥9,271,950	¥4,635,470	81%	1	4181	491	28

目標技術売上	目標スタッフ売上	目標客数	目標客単価
¥93,000,000	¥9,000,000	400	400

メニュー名	売上	客数	客単価
カット	42.8	10	428
パーマ	6.2	1	62
カラー	25.7	5	257
ストレート	2.5	1	25
その他	3.8	17	223.5

メニュー名	売上	客数	客単価
カット	44.8	10	448
店販	36.28	6	604.67
ストレート	25.0	1	25000
カラー	19.0	5	3800
パーマ	10.0	1	10000
その他	4.52	17	265.88

メニュー名	売上	客数	客単価
カット	44.8	10	448
店販	36.28	6	604.67
ストレート	25.0	1	25000
カラー	19.0	5	3800
パーマ	10.0	1	10000
その他	4.52	17	265.88

美容室 LBR 末店一覧表

店名	売上	客数	客単価
83325 木下 初子	¥93,708,780	1	4181
83327 駒川 泰代	¥93,708,780	1	4181
83328 梶 裕子	¥93,708,780	1	4181
83330 藤本 朋子	¥93,708,780	1	4181
83331 吉川 翠子	¥93,708,780	1	4181

社員当月実績 3月 Salon De Libra 総合評価

社員ID	氏名	指名売上	指名客数	主担当売上	主担当客数	主担当客単	担当売上	作業量	稼働評価	AP金額	ノープレ	紹介数	店販合計	新規客	既存客	再来率	再来率3ヶ月	再来売上	
1	フリー	¥83,600	20	¥7,600	1	¥7,600	¥4,734,600						¥230,800	2	342	92%	82%		
2	定 雅史	¥1,548,800	216	¥1,392,800	206	¥6,761	¥35,100	5187	¥912,912				¥4,800	1	186	94%	89%	¥1,408,200	
3	長谷川 潔	¥1,352,030	203	¥1,305,600	210	¥6,217	¥36,000	5313	¥935,088				¥2,500	3	148	91%	79%	¥1,273,100	
4	松田 聖子	¥35,200	7	¥39,500	7	¥5,643		30	¥5,280				0	74	84%	65%	¥379,300		
5	中山 美穂	¥1,309,250	203	¥1,406,450	224	¥6,279	¥127,400	5485	¥965,360				¥10,100	7	133	88%	76%	¥966,450	
6	小椋 桂	¥691,300	111	¥753,800	132	¥5,711	¥41,000	4323	¥760,848					8	44	83%	61%	¥445,700	
7	松山 千春							13	¥2,288									0%	0%
8	菅野 美穂	¥48,100	16	¥61,850	22	¥2,811	¥21,600	3424	¥602,624				¥1,800	11	92%	88%	¥5,850		
9	今井 実希			¥3,000	1	¥3,000	¥1,000	2006	¥353,056					1	14	94%	86%		
10	坂本 冬美			¥9,000	1	¥9,000	¥1,000	2516	¥442,816					1	9	100%	100%		
11	森 真一	¥8,000	1	¥8,000	1	¥8,000		15	¥2,640					1	100%	0%	¥8,000		
12	吉永 小百合						¥7,000	40	¥7,040									0%	100%



理美容顧客管理システム販売

経営システム定着指導業務



1+1=3 科学性を持った結果を重視した実践システム

分析・ノウハウ・改善・体系化の一貫したシステム作りをお手伝いします。

有限会社リブラ・エーアイエー

649-7202

和歌山県

橋本市高野口町伏原

709-13

電話 : 0736-20-1641

FAX : 0736-20-1641

mailto: libraaia@nike.eonet.ne.jp

HomePage:

<http://www.eonet.ne.jp/~beenetworld/lbr2012/counselindex.html>

ARM IN ARM WITH HAIR SALON