

① エモーショナル・ベネフィットとは

エモーショナル・ベネフィットとは、サロンがお客様に提供する情緒的価値のことをいいます。来店されたお客様に、どのような「気分」「感覚」「雰囲気」を味わって欲しいのかを考えていきます。気分や感覚は実態のないものですので、人はそれらをどのように感じるのかターゲットに感情移入し作成しましょう。

② エモーショナル・ベネフィット作成のポイント

・ターゲットが求めている情緒的価値を決める

イメージターゲットに設定した人物像を再度確認し、そのターゲットに感情移入しながら情緒的価値(気分・感覚等)を設定しましょう。まずは大枠として、どのような情緒的価値を提供するのかキーワードを設定しましょう。

＜情緒的価値 キーワード例＞

・癒し、リラックス ・高級感、豪華さ ・気楽 ・優越感
・威厳 ・爽快感、リフレッシュ

★ポイント★

例えば、情緒的価値を「癒し」に設定したとします。「癒し」というと非常に漠然としていますが、イメージターゲットが選定されていることにより、その「癒し」が限定的なものになります。イメージターゲットが「29歳・会社員・未婚・女性」だとすれば、「29歳・会社員・未婚の女性にとっての癒し」となります。主語が限定されることにより、情緒的価値も特定なものになります。

・情緒的価値のキーワードが決まったら、次は演出方法

キーワードが決まったら、次はその情緒的価値をどのようにターゲットへ伝えるかその方法を考えます。人は物事を5感を使って感じ取ると言われています。情緒的価値をこの5感に分類して考えていくのも一つの方法です。

＜情緒的価値の演出方法例＞

●情緒的価値・キーワード

「癒し」

※イメージターゲット; 29歳・会社員・未婚・女性

●5感をつかった演出例

【視覚(空間デザインなど)】

- ・家庭でもない、職場でもない、ひとりで落ち着ける大人の癒しの空間
- ・天井は高く席間隔も十分とれたゆとりあるスペース
- ・天然木を使用したぬむもりのある空間

【聴覚(BGMなど)】

- ・日々の疲れやストレスを解消するようなヒーリングミュージック
- ・リラクゼーション効果のあるクラシック音楽

【嗅覚(アロマなど)】

- ・シャンプー台等のリラクゼーションスペースには、癒し効果のあるアロマ
- ・カラーやパーマ等の薬剤の匂いを消すために、空気清浄機

【味覚(飲み物サービスなど)】

- ・リラックス効果のあるハーブティ
- ・お茶菓子には心を和ませる流行りのスイーツ

【触覚(技術や家具の質感など)】

- ・内装には、自然のぬむもりを感じる天然木を使用
- ・長時間座っても疲れにくいソファ