

「beauty salon WHITEHOUSE」 トータルビューティーサロン(美容室)

ブランドコンセプト“美人生”を根付かせ、幅広いターゲットへのアプローチを展開

DATA

ブランド名 : beauty salon WHITEHOUSE
 業種 : トータルビューティーサロン(美容室)
 クライアント名 : 株式会社スリイ インフィニティー
 エリア : 関西：4店舗 関東：1店舗
 開始時期 : 2015年7月

概要

依頼背景 : 若年層の“お得感”を重視した顧客が多く、ターゲット世代の顧客定着が少なかったため、ブランド理念を社内浸透させ、スタッフの意思統一を計りたいとの依頼を受けた。世界観を再構築して社内の共通認識を深めると共に、他ヘアサロンとの差別化を測り、生涯顧客の獲得を強化した。

ターゲット : 30代後半～60代 女性

コンセプト : 美人生
 ※本来の美しさに磨きをかけ、人生を豊に、より美しいものに。
 “美”とともに生きる女性の姿。

- 開発内容 :
- 調査、企画立案
 - コンセプト
 - 商品企画
 - デザイン監修
 - ロゴマーク (商標登録含む)
 - ネーミング
 - ライティング
 - WEB
 - パッケージ
 - 交通広告、ポスター
 - サイン
 - カタログ、パンフレット
 - 名刺、ショップカード
 - 店頭ツール
 - 会社案内
 - 写真撮影
 - イラスト、キャラクター
 - 店舗デザイン
 - ディスプレイ
 - ユニフォーム
 - コンセプトムービー
 - プレスリリース
 - 取材記事企画、制作
 - 申請書制作
 - SNS監修
 - イベント企画、運営
 - イベント展示物
 - 研修 (販売計画、理念浸透)
 - 翻訳

■ コンセプトブック :
 「White Beauty Land」
 トータルビューティーを俯瞰で見ることができるよう、サロンを「ビューティーランド」として表現。1歩足を踏み入ると美しく変身できるワクワク感をビジュアルで。

・ 12ページ パンフレット



■ 年間コンセプトビジュアル :
 “美人生”をコンセプトに、各世代の美しさをアピール



・ A2 店頭ポスター

■ 新卒リクルート用 会社案内 :
 就活の基本である「自分と向き合う」ことができるよう、自己分析から始める構成に



・ 8ページ パンフレット

「beauty salon WHITEHOUSE」 販売促進ツール

■ 各サロン紹介ツール：

(芦屋さくら並木店)
 人気のあるヘアカラーを、愛される地域性を生かしたネーミングにしオリジナルブランド化



・ A2 店頭ポスター

(神戸店)
 神戸店リニューアルオープンのリーフレット
 「自分らしく、美しく、イキイキと」をキャッチに。
 美人生を楽しむ女性をメインビジュアルにアピール



・ 二つ折り リーフレット

■ パーソナルカラー診断：

パーソナルカラー診断をオリジナル「わたし色」としてブランド化。
 ヘアカラーの魅力をお客様に分かりやすく伝えるツールとして展開



・ 8ページ リーフレット

■ 炭酸パック AWANO：

■ SPA(スパ) ツール：

ターゲットを絞り、人気のあるカラーをブラン
 愛される地域性を生かしたネーミングに



・ 二つ折り
 リーフレット



・ パッケージ&天面シール

■ WHITE CAFE ホワイトカフェ：

芦屋さくら並木店サロンに併設した
 WHITEHOUSEブランドのカフェツール

WHITE
 CAFE

・ ログタイプ



・ テイクアウト用カップ



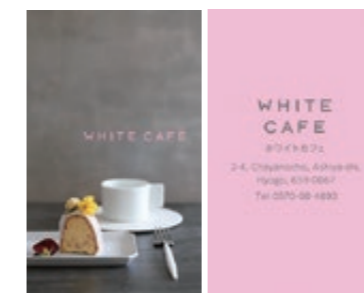
・ アイコン



・ チャーム



・ ショップカード



■ WHITE SCHOOL ホワイトスクール：

美をテーマに様々な角度から学ぶ会を企画。
 美容好きが集まるコミュニティを作り、新規顧客獲得へ



・ 大人の遠征 ~淡路島~
 インナービューティラーを学ぶ



・ ファッションスクール
 買ったが着こなしが分からずタン
 スに眠っているお洋服の着こな
 しを学ぶ会



・ ウォーキングスクール
 姿勢を整え、スタイルアップを目指す