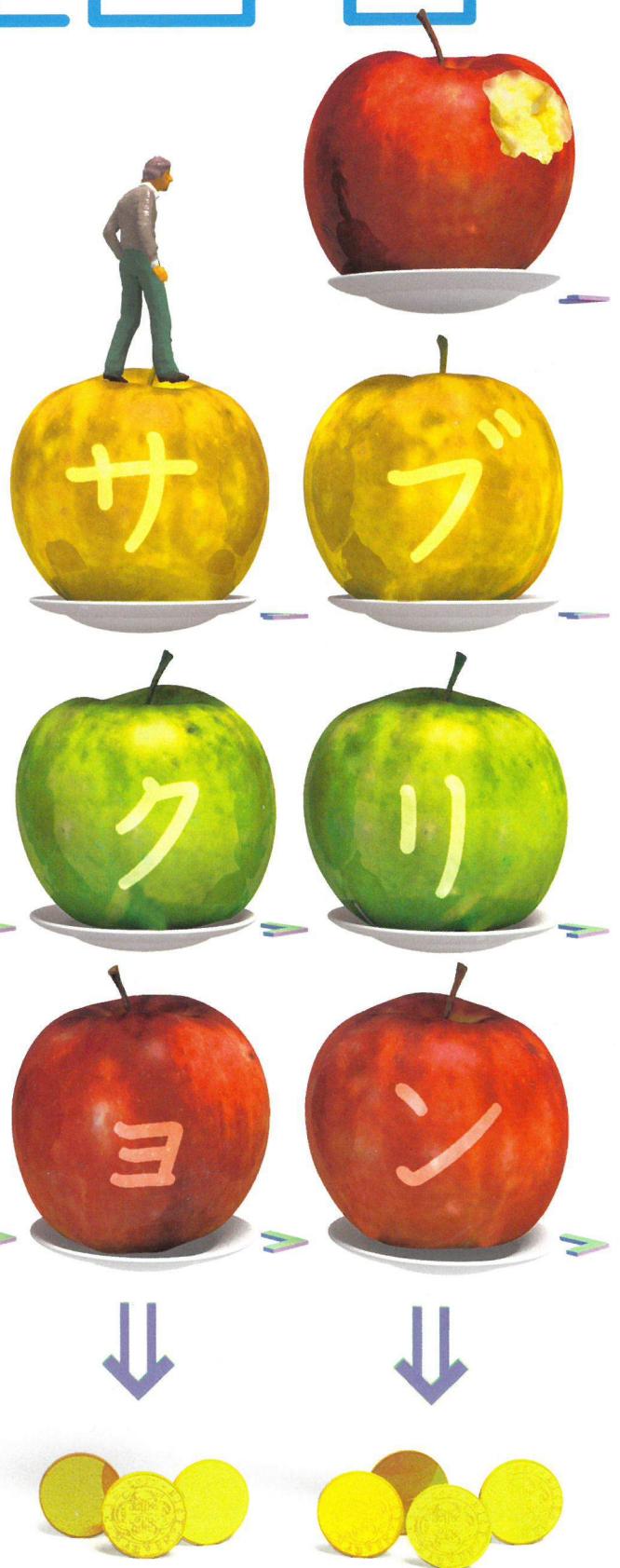


戦略経営者

8
2018
August
No.382

特集

成功する 定額制 ビジネス



第2特集

つかめ! インバウンド



接客戦略 が 会社を変える

● 藤村純子

vol.5

目的と手段のはき違えに要注意

初は意欲が空回りし、誰もついてこない状態に陥りました。「目的」と「手段」がすり替わってしまっていたのが原因です。森前さんは、期待塾で与えられた課題をこなさなければという思いが先行し、社員は「課題につきあわされている」という感覚を抱いてしまいました。南社長のアドバイスにより、森前さんは「会社をより良くして社員全員が幸せになる」という目的を再確認。目的をしつかり伝えることで社員は「一緒にがんばろう」という意識に変わりました。

特に力を入れたのが「見える化」と「日常化」です。注意すべき言葉づかい等を掲示したり、電話応対の注意点は受話器に貼つたりしました。文章だと分かりづらい名刺の渡し方や椅子の座り方などは、動画マニュアルを作成。さらに朝礼や終礼のわずかな時間に、森前さんが接客のポイントを毎日講義しました。「人が少ないし、みんな忙しそうだから今日はやめておこうか……」といった甘えを捨て、毎日行つたのがポイントです。欠

前回の実践報告勉強会で発表した埼玉県の通信会社、株式会社ワシントン・ユーの南強志社長は、5期連続で社員を期待塾に参加させてい

るほど、接客戦略の定着に熱心です。接客リーダーの森前亮子さん

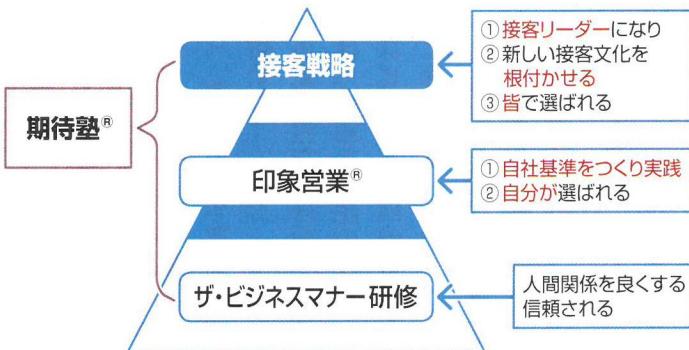
の思い入れは強かつたものの、当

援する会社も。変化を楽しむことのできる会社と、社員を期待塾に参加させただけで安心してしまう会社のどちらの方が、成果がより出やすいかは言うまでもありません。接客戦略が効果を發揮するには、同僚や上司の協力が必要不可欠です。

かさず行うことで習慣となり、やがて文化として定着するのです。毎日短時間でも根付かせ活動を行えば、接客リーダーのスキルアップにもつながります。

朝礼の終了時には社員同士ハイタッチを交わします。「なぜハイタッチなの?」と思うかもしれません、これが意外と重要。もちろんハイタッチ 자체が目的ではありません。ハイタッチは手段であ

接客戦略攻略の3つの研修



このような根付かせ活動に取り組んだ結果、取引先へのインセンティブでは、「社員教育がしつかりできている」「社員がとても丁寧で相談しやすい」「印象がとても良くなっている」といった感想が寄せられ、見積件数が増加しているそうです。ハイタッチにかぎらず、新しいことを始めるときは抵抗勢力がつきもの。根付かせ活動が自社に合わない場合、頭ごなしに否定するのではなく、方法をえてトライしてみようという前向きの雰囲気をつくり出すのが、トップの大切な役目です。

◎

ふじむら・じゅんこ

一般社団法人日本接客リーダー育成協会代表理事。ビジネスマナー研究所株式会社代表取締役。チャイナエアライン、ANAの国際線CAを経て、医療接遇の講師、ANAグループの接遇講師となる。現在は「商品を変えず人を増やすリピーターを増やす」接客戦略コンサルタントとして独立。二つの会社を運営する。94.4%の驚異の研修リピート率で、著書は3冊。4冊目をこし出版する予定。経営者向けメールマガジンも好評。



りません。ハイタッチは手段であります。仮面でハイタッチする人はほとんどいません。恥ずかしさがあるためか、笑顔になります。おのずと社内の雰囲気が明るくなり、コミュニケーションを気軽に行える職場に変わっていきます。トラブルが起こったときも報告、相談しやすくなり、顧客対応が迅速に。結果として顧客満足度が向上します。

かさず行うことで習慣となり、やがて文化として定着するのです。毎日短時間でも根付かせ活動を行えば、接客リーダーのスキルアップにもつながります。

朝礼の終了時には社員同士ハイタッチを交わします。「なぜハイタッチなの?」と思うかもしれません、これが意外と重要。もちろんハイタッチ 자체が目的ではありません。ハイタッチは手段であ

り、目的は社員の笑顔を増やすことです。仮面でハイタッチする人はほとんどいません。恥ずかしさがあるためか、笑顔になります。おのずと社内の雰囲気が明るくなり、コミュニケーションを気軽に行える職場に変わっていきます。トラブルが起こったときも報告、相談しやすくなり、顧客対応が迅速に。結果として顧客満足度が向上します。

このような根付かせ活動に取り組んだ結果、取引先へのインセンティブでは、「社員教育がしつかりできている」「社員がとても丁寧で相談しやすい」「印象がとても良くなっている」といった感想が寄せられ、見積件数が増加しているそうです。ハイタッチにかぎらず、新しいことを始めるときは抵抗勢力がつきもの。根付かせ活動が自社に合わない場合、頭ごなしに否定するのではなく、方法をえてトライしてみようという前向きの雰囲気をつくり出すのが、トップの大切な役目です。

「大阪北部地震」「平成30年7月豪雨」により被災された皆さまに、心よりお見舞い申し上げます。

リピーター増やす接客術 藤村純子氏「期待塾」特別セミナー

と。第10期の期待塾は昨年夏に開講し、1回5時間の講義を6回開催しました

本誌連載でおなじみの接客戦略コンサルタント・藤村純子氏が主宰する「期待塾」特別セミナー、第10回実践報告勉強会が6月6日に開催された。期待塾で1年間学んだ5名の受講生が、社内で実践した印象アップを定着させる取り組み「根付かせ活動」を発表。出席者の投票により「根付かせ大賞」を選出した。



戦略経営者

No.382 2018 AUGUST

©TKC

| | |
|-------|----------------------|
| ●発行人 | 角一幸 |
| ●編集長 | 高根文隆 |
| ●副編集長 | 吉田茂司 |
| | 植松啓介 |
| | 小林淳一 |
| | 平澤晴世 |
| ●編集顧問 | 多勢陽一 |
| ●取材協力 | 太田洋亮（旭川） 植田真弓（神戸） |

●デザイン 大辻弘幸
夫 琢哲
大場康博

●表紙デザイン 伊藤尚彦

●写真 熊本富男
後藤清
戸井田夏子
新潟フジカラー

●印刷製本 東京ラインプリンタ印刷
●発行所 株式会社TKC
東京都新宿区揚場町2-1
軽子坂MNビル2F
TEL 03-3235-5511
FAX 03-3235-5625

URL <http://www.tkc.jp/cc/senkei/>

誌面のお問い合わせは
TEL03-3266-9177
FAX03-3235-5625
E-mail senkei@tkc.co.jp



ご購入のお問い合わせは――

- 一般読者の方：
 ●定期購読はオンライン書店 Fujisan.co.jp
 ●スポット販売 TEL03-3266-9177
- TKC会員：
 下記のTKCサプライ事業部各支社まで
 お願い致します。
 ●サプライ東日本支社 0120-373-201
 (北海道・東北・関東・信越・東京・中部)
 ●サプライ西日本支社 0120-483-201
 (大阪・中四国・九州)

が、最も遠方の方は飛驒高山から通われました」とあいさつ。内外装工事を手がける株式会社しんせん（東京・杉並区）の三浦直也さんの発表に移った。

第5期から第7期まで複数の社員が期待塾を受講していた同社。「営業もできる職人になろう」を合言葉に、服装や敬語などに気を配り、接客力向上に努めてきた。三浦さんが取り組んだのは、潜在顧客をつかむこと。ビジネスマナーのおさらいのため理解度テストを行い、電話対応、来客応対のロールプレイも実施した。「社内で一番年下の自分から先輩社員にお願いをするのは難しかった」と三浦さん。期待塾に共に参加した受講生からのアドバイスと励ましを受けながら、社内の協力を得られる方法で実践していくつた。身だしなみや言葉づかい、整理整頓により、現場近くの通りすがりの人から見積書依頼を受けたというエピソードも紹介された。

発表の合間の共有タイムでは、得ら

れた気づきや自社への落とし込み方にいて、参加者同士が真剣な面持ちで話し合う場面が見られた。6代目根付かせ大賞には、川越ベーカリー楽樂（株式会社田島屋酒店）の藤寄美紀さんを選出。出席者は業種をこえた接客礼仪の発表から、接客力向上のヒントを持ち帰った。第11期期待塾は8月3日に開講する。

読者アンケート&プレゼント

より充実した誌面作りのために、雑誌・記事内容に関するご意見・ご要望をお聞きする読者アンケートを実施します。ご意見を誌面で掲載させていただいた方には、クオカードをプレゼントいたします。ご協力よろしくお願ひいたします。



アクセスは
こちらまで▶

◎