

接客マナー学ぶ

講師にBML藤村氏

YKK AP



藤村氏

窓リフォームを経営の重点戦略に掲げるYKK AP(本社・東京、堀秀充社長)は8月5日(水)、東京・新宿の同社ショールームで「MADOショップ」社員を主な対象に接客マナー研修講座を実施した。全国的に展開している研修プログラムの一環。



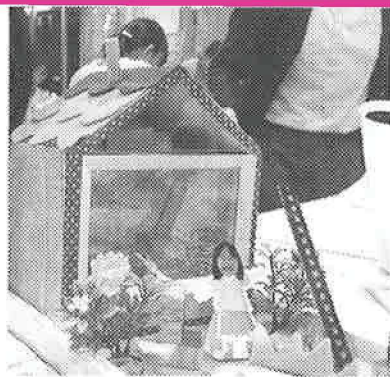
テーブルに分かれ研修

「接客マナーから学ぶ営業講座」を受講した。MADOショップの講師に迎え午後1時半から5時半まで行われた今回の研修には、ショールーム関係者を含め18人が参加。四つのテーブルに分かれて班をつくり、テーブルごとに話し合いながら接客を増やしたいという経営陣・個人事業者向けにBMLが発信している「いくら頑張っても、客しても、挨拶がない、身だしなみに清潔感がない、言葉を知らない、知識が浅い、説明が下手:では二度と来店しないお客さまに変わってしまふ」とのメッセージを基に、「言われる前に、言う、する、準備する」という「先読み」の実践方法を巧みな話術と表現力で講義した。具体的には小売り(B to C)でYKK AP最新のリフォーム玄関ドア「ドリアモ」(Door Remodel)を売り込むケースなどを取り上げ、「エンドユーザーに対しては業界用語を使わずに(商品の特性を伝えること)を指南した。受講した東京・世田谷区の若手営業マンは「日

「何でもない」と思っていることが、実はとっても大事なのだということがよくわかった。帰ったが登録されている。研修プログラムは2010年4月からスタート。本年度は「質の向上」を重点テーマとし、営業スキル部門では「接客マナー講座」のほか「売れ場」から学ぶ営業講座、「クレーム対応セミナー」を開講している。

親子で窓の役割学ぶ

YKK AP



完成作品

YKK AP(本社・東京、堀秀充社長)は8月19日(水)、東京の同社ショールーム品川で、「窓から健康を考えよう」をテーマに夏休みの親子ワークショップを開催した。子どもたちはミニチュアハウスづくりをとおして、熱の伝わり方など窓の機能や役割を学んだ。ワークショップは8月5日(水)に続いて2回目。小学生と保護者の15組32人が参加し、五つのテーブルに分かれて午後1時から4時まで実験や作業を楽しんだ。ワークショップでは白衣をまとった「窓ハカセ」が登場し、最初に窓の役目と健康とのつながりを一通り学んだ。その後、子どもたちは「窓ハカセ」の役割を学び、親子で実験や作業を楽しんだ。

その後、子どもたちを教壇の前に集め「窓から暑さを入れないためにはどうすればいい。そう、空気のようなバリアが必要。実験しましょう」と、薄いガラスと二重の厚いガラスのどちらが水を溶かしやすいか、またアルミの棒と樹脂の棒をお湯につけてどちらがより熱くなるかをみる熱伝導実験をクイズも織り込んで体験。1枚窓と二重窓にそれぞれドライヤーを30秒間吹き付け、空気層による熱の伝わり方の違いや内部の温度変化をサーモカメラで可視化する実験も実施し、子どもたちの目を釘付けにした。陰をつくって光から窓を守る方法や断熱素材について学習した後は、お母さんたちも交えて小さな

円(前年比) 6.5%増

(同28.9%増)

四半期

決算は売上高525億5000万円(前年比6.5%増)、営業利益49億5600万円(同24.7%増)、経常利益30億7000万円(同28.9%増)、純利益20億7000万円(同28.9%増)。単位:百万円

項目	当期純利益	前年比
営業利益	2,797	(17.7)
経常利益	3,605	(28.9)
純利益	12,700	(8.9)

材関連は売上高216億9000万円(前年比3.8%増)、営業利益6億7000万円(19.5%減)。セグメント分類で、ウインドーフィルムが入る産業工材事業部門

をみると、ウインドーフィルムは日本、北米で低調だったという。ただ、二輪を含む自動車用粘着製品がインドやアセアン地域で堅調だったことか、部門としては前年比

【期末】産業工材事業部門の売上高は355億円で前年比8.2%増を予想している。ニーズに応じて選べる豊富なラインアップが特長だ。海外市場では、これらの様々な機能を組み合わせた高付加価値製品の開発力が強みになる。「ホームページを通じて、多

導入

トに対応

プス