

YKKAP MADDOショップ研修

「接客力」向上を

人増やさず売り上げ増に

YKKAP（東京都千代田区、堀秀充社長）は窓リフォームの店舗ブランド「MADDOショップ」の加盟店向け研修プログラムを充実させている。本年度はBtoCのビジネスに必要なノウハウを身に付けることをテ

⑤講師の藤村氏④田中眞栄ガラス社長



ーマに、有料の各種研修会を開催している。BtoCで特に重要な接客マナーは、ビジネスマナー研究所の藤村純子氏を講師に迎えて2回構成の講座を仙台、東京、名古屋、大阪で開催。商品を変えず、スタッフを増やさなくても「接客力」の向上でリピーターを増やし、売り上げアップにつながる方法を伝える。

8月27日、大阪市中央区のPSTAGE大阪で開いた接客マナーの研修会には16社、20人が参加した。4グループに分かれ、実際の接客を想定した商品説明などを練習。出会いやヒアリング、プレゼンテーション、フォローなど、客との接点となる場面ごとの目的や顧客心理、するべきことなどを学んだ。

藤村氏は地域密着でナンバーワン繁盛店を目指す会社を専門に、接客対応の強化を支援している。「『接客力』をアップすることでリピーターを増やすことが私の使命」と述べ、リピーターを増やすことで結果として売り上げが上がる接客のノウハウを指導した。自己紹介をする際は、客への第一印象を良くすることを意識した話し方を要する。「第一印象というのは強烈で、ここを武器にしてほしい。第一印象は7秒で決まるといわれている」といい、普段の仕事の質を上げ、接点



の質を高める重要性を説く。

藤村氏は「新しいお客さんを追い掛けることは大切だが、せっかく縁があったお客さんに手厚く対応しないのはもったいない。新規のお客さんの集客は既存のお客さんよりの5倍費用が掛かり、既

く、お客さんが他社に移ったのだと考え、比べられたら選ばれる会社になればよい」と述べ、接客の準備をしておく必要性を訴えた。

差別化を図る接客対応力向上のため、スタッフ全員で共有できる自社の接客マニュアルを作っておくと、新人や事務担当者といった営業力が乏しいスタッフの底上げができるというアドバイス。

「人を1人雇うのは大変だから、育てることが大切。小さな会社は数では勝てないが、大企業はフォローが弱く、中小・零細企業はフォローで勝負すると思っしてほしい」と呼び掛けた。

今取り扱っている商品の良さを伝える技術として、客の納得感を引き出す「PREP法」でYKKAPの商品を題材に商品説明を練習。「お客さんは窓が欲しいのではなく、困り事を解決してほしい。全部いわなくてよ

く、お客さんの興味のあることを説明する」といった説明の仕方を指導した。

昨年度開かれた藤村氏の研修を受講し、社内で実践している眞栄ガラス（福井県大野市）の田中宏直社長が体験談を発表。田中社長は福井県から東京まで藤村氏が主宰する塾にも毎月2回、1年間通い、接客対応を学んだ。

田中社長は「見込み客に対してより丁寧に接客するようになったことで、面白いように結果が出ていることを実感している。会社が変わっていると感じることが最大の成果だ」といったエピソードを紹介した。

藤村氏は「今まで気にならなかったことに気付いてほしい。それがエンドユーザーの目線で、エンドユーザーの期待を上回らないと選ばれない」と語り、「接客力」向上への努力を求めた。