

年商50億円を目指す企業の情報誌 The Strategic Manager

戦略経営者

4
2018
April
No.378

ミスを防ぐ ヒューマンエラーの心理学

特集



第2特集

VRの可能性



接客戦略 が 会社を変える

● 藤村純子

vol.1

選ばれる会社に不可欠な「自走スタッフ」

読者の皆さん、はじめまして。

接客戦略コンサルタントの藤村純子と申します。「接客戦略」とは、

接客力をアップしてリピーターを増やす作戦です。お客様に笑顔で帰つていただく接客力を高める取り組みはこれまでに、クレームを減らし、リピーターを増やし、その結果売り上げが増加するという成果を生んできました。つまり、お客様はもちろん、現場スタッフ、経営者、皆を笑顔にする手法であり、私の考え出した造語です。リピーターを増やし、売り上げアップを実現するためには、自身で考えて仕事に取り組む人材(=自走スタッフ)をどれだけ増やせるかがカギになります。誰かにやらされている仕事と、自らアイデアを出してこなす仕事では、どちらが楽しいかは明白でしょう。今回はイントロダクションとして、接客戦略を実践するための三つの

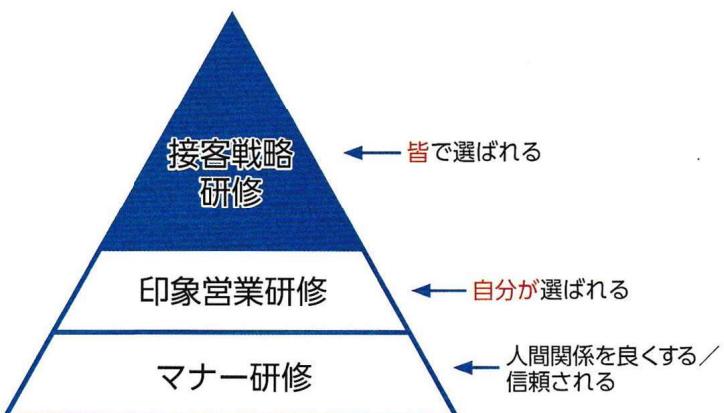
柱(講習)について説明します。

まず全ての基礎となる一つめの柱が「ビジネスマナー研修」です。

ビジネスマナーをしっかりと身につけておかないと、初対面の人と信頼関係を築けません。ビジネスマナーは社会人共通の最低限のルールであり、気づかぬうちに見限られ失注していた等の事態を防ぐツールともいえます。もつとも、ビジネスマナーは基礎中の基礎であり、自走スタッフを育成する上でこれだけでは不十分です。

「伝道役」を育成する

二つめの柱が「印象営業研修」です。印象営業研修では、お客様に良い印象を与えるポイントを



中小企業では、有能な人材が入社してもすぐに辞める→辞めると売り上げが下がる→代わりの人材を確保するためにまたコストかかる……という負のスパイラルに陥りがち。エース格の社員が抜けても、ダメージを最小限に抑えられる体制づくりがとても大切です。とはいっても、社員教育に多額のお金

を投資する余裕はない、あるいは教育を仕組み化する方法がわからないという経営者の方も多いでしょう。そんな方々のため社内教育の仕組みづくりをお手伝いするのも私の仕事のひとつであり、接客戦略でカバーできます。2回以降は中小企業における事例も交え、接客戦略を詳しく紹介していきます。

そして三つめの柱が「接客戦略

を実現するためには、自身で考えて仕事に取り組む人材(=自走スタッフ)をどれだけ増やせるかがカギになります。誰かにやらされている仕事と、自らアイデアを出してこなす仕事では、どちらが楽しいかは明白でしょう。今回はイントロダクションとして、接客戦略を実践するための三つの

柱(講習)について説明します。まず全ての基礎となる一つめの柱が「ビジネスマナー研修」です。印象営業研修では、お客様に良い印象を与えるポイントを

講習参加者が「接客リーダー」となり、社内に新しい接客文化を根付かせることです。参加者自身だけではなく、参加していない社員をしている点が印象営業研修との大きな違いです。自分で考え、スタッフ

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%の脅威の研修リピート率で、著書は3冊。4冊目をことし出版する予定。経営者向けメールマガジンも好評。

S

