

戦略経営者

5
2018
May
No.379

特例事業承継税制スタート



第2特集
チャットでちよつと効率化



接客戦略 が 会社を変える

藤村純子

vol.2

あなたが3カ月間いなくても会社は回りますか

今回は「接客戦略」の効用について、もう少し掘り下げて説明します。私が提唱している接客戦略は、「商品も人も変えずにリピーターを増やす（売り上げを伸ばす）」ことを目的にしています。

また接客戦略を学ぶ過程では、お客さまも、現場スタッフも、そして経営者自身も、関わるすべての人たちの笑顔が増えていきます。その結果、売り上げがアップするだけでなく、経営者が抱えるさまざまな悩みごとを解決する一助となっていることも、ぜひご理解いただきたいポイントです。

経営者からよく聞く悩みで、代表的なものが三つあります。

一つめは「人材の確保が難しいうえに離職率が高い」ということ。採用に苦勞し、一人前になったと思ったら辞めてしまう。人材の流出を防ぐにはもちろん給与のアップという方法がありますが、条件

のよりよい会社があれば、転職してしまいかもしれません。会社も商品と同じで「選ばれる」ための魅力づけや、差別化が必要不可欠です。接客戦略では、接客は楽しいものと認識してもらうことからスタート。そのうえで接客リーダーとなり、人を育てる楽しさやお客さまに選ばれる喜びを感じることでできます。加えて、会社を動かす、利益を生み、新しい文化をつくっているのは自分たちであるとの実感ややりがい生まれ、会社の魅力も高まります。

右腕人材が不可欠

二つめが「忙しくて自分の（経営者としての）時間がない」という問題。中小企業では経営者がプレイングマネジャーであったり、トップセールスマンだったりするのは、ある程度避けられないことだと思います。ですが会社を発展

させるには、経営者は方向性を示し、到達するための戦略を描くべきです。自分で営業したり、部下にあれこれ指示したり、逐一進捗をチェックしたり全てに関わっている時間は時間がなくなるのも当然のことでしょう。接客戦略では接客リーダー、つまりあなたの右腕となる人材を育成します。営業などを任せられる社員がいると、マネジメントに時間をあてられるようになります。

そして三つめ。意外に多いのが「社内の雰囲気が悪い」という悩みです。雰囲気の良い会社は、あいさつが満足にできていないことがほとんど。また、経営者の行きすぎたトップダウンが一因となっている場合も多いようです。トップダウンの企業では、往々にして社長の話が長く、頻度も多くなりがちです。そうなると社員は「ま

た社長の長話が始まるのか……」

と感じ、効果的とはいえません。また、トップがあれこれ指示を出すすと、「やらされている」と感じて考えることをやめ、指示を待ただけの社員になるのが一番危険です。接客戦略で育てる接客リーダーの条件は、自分で考え、動くこと。自分たちの仲間が接客リーダーとなるため、接客戦略を根付かせる活動の際も「仲間ががんばっているから手伝おう」という気持ちが生まれます。話し合いの機会が増え、コミュニケーションもより円滑に。もちろん、基礎であるあいさつ等のマナーもしっかり学ぶため、社内の雰囲気は目に見えて明るくなります。

みなさまの会社はご自身が3カ月間いなくても大丈夫でしょうか。「自分の会社は無理かもしれない」と思った方は組織を見直す必要があるかもしれません。そんなとき

接客戦略が有効なのです。

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グループの接客講師となる。現在は「商品を変えずに人を増やさず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%の脅威の研修レポート率で、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。

