

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

戦略経営者

1

2019
January
No.387

特集

展望!

2019





接客戦略 が 会社を変える

・藤村純子

vol.10

技術や設備偏重に陥っていませんか

どんな会社にも顧客から選ばれ
る「売り（武器）」があります。

小売業なら取り扱っている商品の
クオリティーであったり、ホテル
ならサービスの質であったり、世
界一の商品や技術を有しているな
らそれだけで商売になります、
ほとんどの会社はそうはいきませ
ん。メインとなる武器以外にも強
みを身に付け、他社との差別化を
図る必要があります。

特に技術系の会社では、新しい
テクノロジーや最新機器の導入に
目がいきがちですが、顧客が最新
設備だけに特別なこだわりを持っ
ているかどうかは疑ってみる必要
があります。ハード面と同様に、
相性や人間性など「ソフト」の部
分も非常に重要なのです。

株式会社 Gines は、埼玉県にあ
る映像制作会社。主力事業のひと
つがブライダル映像の撮影・編集
で、仕事の3割はフリーのブライ
ダルプランナーからの発注です。
あるときプランナーから「ギブス
さんのカメラマンは柔軟だし、良

い人がそろっている」と言われた
そうです。技術があるのは最低限
のことで、「プラス人」が重要な
要素であると痛感し、接客戦略で
の接客力アップや、社会人経験の
乏しい社員のための基礎スキル向
上に取り組みました。

ホスピタリティーを強化

具体的な取り組みを見ていきま
しょう。朝礼では笑顔や姿勢のチ
ェックを実施。毎週月曜日には20
分間、朝会という名で接客を学ぶ
時間を確保しました。電話応対が
苦手なスタッフのため、台本を作
成して掲示。慣れないスタッフも
積極的に応対するようになりまし
た。ある程度慣れてきたら「根付
かせリーダー」を顧客役として、
内線で電話をかける「ゲリラロー
ブレ」を実施。理解度を再認識で
きる仕組みもつくりました。カメ
ラマンは撮影現場では業務に集中
するあまり、サービスを忘れがち
ですが「サービスセルフチェック
シート」を制作し、その記入と掲

示を行いました。

また、会社の方針としてホスピ
タリティーを強化することを盛り
込んだ就業規則を定め、服務規定
や顧客対応、身だしなみなどのル
ールを設けました。さらにホスピ
タリティー研修のマニュアルも制
作し、隔週月曜日に1時間の研修
をスタート。段階に合わせてベ
シッククラス、マインドクラス、
スキルクラスの3段階のプログラ
ムを用意しました。

最初に身だしなみや、現場での
対応方法などを学ぶベーシックク
ラスを1回受講。そしてホスピタ
リティーの考え方を持つことを目
的としたマインドクラスが4回。
敬語や立ち居振る舞いの習得を目
的としたスキルクラスが2回の計
7回のプログラムになっています。
マインドクラス、スキルクラスの
受講後は修了試験も実施。ホスピ
タリティー研修は、委託先も含め
た全スタッフの受講と、修了試験
の合格を必須事項に。このプログ
ラムは新人研修としても活用でき、

修了すればベテランと同等のホス
ピタリティーを身に付けることが
期待できます。

接客戦略の活動を通じ、一番顕
著な違いが表れたのは、スタッフ
の行動でした。スタッフ同士で気
づいた点を指摘しあったり、積極
的に質問したり。また、マニエ
ルの作成により、新人もホスピタ
リティーレベルが短期間で向上し、
現場投入までの期間が短縮されま
した。スタッフが変貌を遂げたこ
とで納期が早まるなど、予想しな
かった効果も。難しい案件にもさ
まざまな方法でアプローチをかけ、
相談に親身に対応するなどした結
果、顧客から評価される機会が増
え、スタッフにやりがいをもたら
しています。満足度の高い顧客の
リピート率は非常に高く、売り上
げアップにもつながります。

接客を含むホスピタリティーを
学んだことにより、スタッフの体
質が「指示待ち」から「自走」へ
と変わり、会社は大きく進化して
いきそうです。

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。91.4%の驚異の研修リピート率で、著書は3冊。4冊目を2019年に出版する予定。経営者向けメールマガジンも好評。

