

戦略経営者

3
2019
March
No.389

特集

外国人材を戦力に



第2特集

訴えられない会社づくり



接客戦略 が 会社を変える

藤村純子

vol.12

見落としがちなりピーター創出の重要性

会社経営において、売り上げの確保が重要であるの言うまでもありません。目に見える「数字」は分かりやすく評価しやすいものですが、経営者として気を払わなければならぬのが、「見えないお金＝失注」です。

例えばカフェでコーヒーをもう一杯頼もうとしても、店員と目が合わない。合っても忙しそうなお客をしているだけで「今日はやめておこうか……」となります。見込めたはずの売り上げがゼロへ。これが失注です。誰がどれだけ失注しているかは把握しづらいですが、そもそもリピーターが増えるような接客を心がければ、失注は減っていきます。

ビジネスマナー研究所がリピーター増加に重きをおくのは、失注の可能性を減らし、目に見える売り上げに変えていくためです。リピーターを生まない接客は、会社にとってマイナスであるのは明らか。せっかく支払った給与を、た

だ捨てているのとなら変わらぬことを経営者は認識すべきです。

マネジメントを支援する期待塾

前回まで紹介してきた会社のほとんどは、ビジネスマナー研究所が主宰する「期待塾」の受講者です。期待塾は接客リーダーを育て、社内に接客文化を根付かせ、リピーターの増加と売り上げアップに取り組み実践型のセミナーです。信頼関係の基礎であるビジネスマナーについても学びますが、重要視しているのが「仕事のしかた」。

任せられる・頼れる・信頼できることが接客リーダーに求められる要素です。また、接客リーダーによる啓蒙活動により、へ社員の接客スキル向上↓リピーター創出↓売り上げアップを実現するだけでなく、経営者への波及効果も期待できます。

接客リーダーは期待塾で学んだ内容を社内に伝達する講師となり、人に教えること、伝えるこ



満席となった前回の「実践報告勉強会」

る↓2年目社員が新人社員に教える」という教育システムを構築できます。結果的に経営者が接客や接客教育を社員に任せられ、経営者本来の仕事である経営戦略の立案、トップ営業などに時間をさけるようになります。期待塾は単なる教育セミナーではなく、経営マネジメントをサポートする仕組みなのです。

との難しさやコツを学んだり、人を動かしてミッション達成に向け取り組んだりすることで、マネジメント手法を身に付けていきます。新しいことを始めると必ず出てくるのが抵抗勢力ですが、社内の真の人間関係を把握できる効用もあります。さらに、トップダウンになりがちな中小企業において、へ接客リーダーが社員に教える↓教えられた社員が新入社員に教え

6月6日にAP東京丸の内(千代田区)において、期待塾参加企業が一堂に会し、課題や取り組み、成果を発表する「実践報告勉強会」が開催されます。机上の議論ではなく、学んだことをいかに現場に生かしているか、顧客の印象や社員がどう変わったか、売り上げはどのくらい伸びたのかといった、リアルな情報を得られる有意義な機会となっています。ビジネスマナー研究所ウェブサイト (<http://www.bm-labo.com/jisenreport/>) で詳細をご覧ください。奮ってお申し込みください。

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、医療接客の講師、ANAグループ会社の講師となる。現在はリピーターづくりの専門家・接客戦略コンサルタントとして2法人を経営。主宰する研修会は94.4%のリポート率。研修講師は年間160回以上。4冊目となる書籍を今春出版する予定。

