

# 社長の質問に答えます

フィデア総合研究所

前号まで連載していた「社長の悩みに答えます」を読んでくださった経営者の方から、「こういう場合はどうでしょうか」といった質問をいただきました。そこで今回は、それらの質問にコンサルタントがお答えします。

## 質問 1

当社接客係員に好感の持てる笑顔を身につけさせたいのですが、良い方法はありませんか。

## コンサルタントの回答

ポイント・できていないことに気づかせる

## 事例 1

以前、服飾用品の店をいくつか経営する企業の代表から「どうすれば笑顔のある接客ができるか」を相談されたことがありましたので、そのときのお話をご紹介します。

代表がこう考えたのは、売り上げの落ちた原因を探ろうと顧客の声を聞いたところ「おたくの接客係員には愛想がない」と指摘されたことがきっかけでした。

コンサルタントはまず、接客係員にお客さまの声を率直に伝え、「なぜできないか」その理由を聞き出そうとしました。しかし、係員たちの反応は一様に「他の係員は知らないが、自分はできている」でした。できていると思っている係員に笑顔の作り方を訓練しても効果が上がるわけではありません。コンサルタントはやり方を変え、係員一人一人の実際の接客シーンをビデオに撮って見せることにしました。ビデオ録画を見せられた接客係員はそこに映る自分の表情を見て、できていると思っていた笑顔の接客が、実はできていなかったことを知りました。

その後も接客訓練はせず、毎月1度、接客シーンをビデオに撮って係員に見せました。一方、接客係員たちにも笑顔をつくらうという動きがでてきました。係員たちは仕事の合間に、鏡を使って好感の持てる笑顔を練習し、また係員同士互いに評価しあって良い笑顔をつくる努力を始めたのです。こうして半年がたった頃、すべての係員が笑顔のある接客ができるようになっていました。

「自分はできている」と思い込んでいる社員に、できていないことを知らせる手段としてビデオは有効です。録画を見せ、いかに自分の接客に笑顔が少ないかを客観的に気づいてもらえれば、笑顔のある接客に向けた努力が始まるのではないのでしょうか。



## 質問 2

経営アドバイスで「逆転の発想で売り上げを増やした事例」がありましたら教えてください。

## コンサルタントの回答

土産店での事例をご紹介します。

## 事例 2-1

ポイント・「毎年味が変わる」「均質さを保てない」を逆手にとって「売り」を創る

雪中保存をすると食品の味が良くなるというのは、よく聞く話です。山の倉庫に冬期間貯蔵しておいた日本酒の味が非常に良くなったと気づいた土産店の代表が、これは売り物になると考え、コンサルタントにその売り方を相談しに来ました。打ち合わせの結果、念のためもう1年日本酒の越冬を実施し、その味を確かめることにしました。

翌年行った味見では、おいしさのレベルは同様に高かったものの、味は去年と違っていました。味が年々変わってしまったのでは売り物にならないと判断した土産店代表に、コンサルタントは逆に「毎年味が変わる」を売りにしたらどうかと提案しました。「冬の月山に貯蔵した日本酒は毎年味が変わります。今年しか味わえないお酒の味をお楽しみください」とPRし、かつ同じ銘柄より値を高くして売り出すのです。

この販売手法で売り出したところ、この雪中貯蔵の日本酒はあっという間に完売となりました。

## 事例 2-2

ポイント・観光客の生活習慣を考えた売り方をする

近所付き合いのなくなった都会居住者。彼らのような観光客は、これまでの観光客と違い、近所・親せきにお土産を買って帰って配ることはしません。

彼らを対象とした売り上げ増加作戦の立案を依頼されたコンサルタントは、これまでの箱入りお菓子に加え、2個入りお菓子のパッケージを作るよう提案しました。それを売り出したところ、思いがけず好評な売れ行きとなりました。

都会の観光客のニーズは、「自分が食べて楽しみたい」にあったのです。それに応えたことが売れ行き好調につながったのです。

