

件名: 4年10月会長通信 お客様にベストの商品が入っているか

この5月よりアカデミーが始まっています。みなさまの内容を聞かせて頂き本当に勉強になります。理念研修ではまず最初に理念はあった方がよいですか。それともなかった方がよいですかと聞きます。それは理念理念といつも言っていますが、一体理念は何の為にあるのかの問いかけです。理念は何のためにありますか?理念研修の中で会社を富ませるために理念理念といっているのではないですか。との発言がありました。もし会社のために理念があるのなら理念は偽物です。理念を実現するために会社はあるのです。お客様に新商品をおすすめしているが、本当はダスキンの商品を使用するよりも競合の商品を使用した方がお客様のためになるのに、無理やりお客様にダスキン商品を販売しているのではないかと。との発言もありました。いかがでしょうか。みなさまはもしお客様にとって有益でなくても、無理やりダスキン、エコライフ商品をおすすめしていますか。ミーティングの前という文章があります。その中ほどに「株式会社ほづみの商品サービスを利用して代金を支払うのと、利用しないで代金を支払わないとの差をお客様に理解して頂く必要があります。もし、本当に必要でなければ、営業する必要はありません。レンタルのお客様も解約する必要があります。」とあります。目的のない事業の目的は理念です。理念が目的であり理念を実現するために会社があります。会社は道具です。世の中に貢献し、自分自身の幸せも含めて世の中のお役にたつことが私たちの仕事です。新規を契約し、お試しを入れ、売り上げを上げることが目的ではありません。

9/9のアカデミーで解約防止に関する勉強会がありました。動画が配信されていますので是非聴取して頂きたいと思います。商品が役に立っているか?ダスキんに大事にされていると感じているか?役に立っている事を忘れさせない工夫をしているか?などの意見がありました。この中で最も重要なのは「お客様にベストの商品が入っているか」です。多くのお客様にレンタルに行って頂いています。その1件1件を思い浮かべてみて下さい。お客様に最適の商品、サービスが入っていますか。もう何十年前に契約した商品をそのまま使用していませんか。お客様のライフサイクルは違ってきます。その都度考えてレンタルしていますか。アカデミー理念研修にて、すべての仕事は理念というプリズムを通して仕事をして欲しいと言いました。お客様にベストの商品はこのプリズムです。この前もエコライフで古屋部長がたまたま人手が不足してレンタルに行きましたが、2年間の契約の間、何の提案もせずにお客様の不満を蓄積させている。もっとお客様に興味を持ちお客様へベストの提案を行う必要があると言っていました。これは営業力があるエコライフでのレンタルでの出来事です。営業力があってもついついレンタルは交換する作業が主体になり、お客様に関心が向かなくなります。小さなお客様の不満を見逃し、お客様は自分が大切に思って貰っていないと感じ、結局解約の原因を作っています。解約は0.5%までは不可抗力ですが、0.5%以上は自分責任です。その責任の最も大きな部分は、お客様にベストな商品サービスが納品されているかどうかです。1日1件と言っていますが、お試しは結果です。当面のお試しは減少してでも、まずお客様にベストの商品が入っているかどうか、レンタルに行くのには、全てのお客様にこの気持ちで接して頂きたいと願っています。ではベストの商品サービスとは何でしょう、私たちには多くの商品サービスがあります。もし感染対策の場合、ほこり除去健康維持の場合などレンタルをしていてお客様にどの観点から話せばよいのかよくよく考え、総合的に全体的にお客様にお知らせする必要があります。お客様をよく観察し、お客様にとってベストの商品サービス、また契約を固定せずお客さまの変化にも常に注意を払って本当にお客様に喜んで頂くレンタルを行うことが、解約を少なくし、新規の生産性を上げていき、結果的に社会に貢献する期間と量を多くすることが出来ると信じています。