

2024.8.8

No1

## 信頼と実績

今、会長の肝入りで新たな理念研修がスタートいたしました。会長が参加して行う回と、店舗のみで行う回と、年2回行う予定です。既に何店舗かは参加させていたいただきました。

これからだんだんと深く掘り下げていけるのではと楽しみにしています。さて、理念研修の時には、「お客様に喜んでいただくには」をテーマに話し合う事が決まっていますが、それぞれの持ち場で、実際にどのような行動で表せるか？と自分事で考えると話が広がります。

ある店舗では、1時間では話し合う時間が足りない、と言っていました。それくらい私の日常業務には、何も考えずにこなす事も出来ればどうしたら、と喜んで貰えるのだろうか？と考える見直し点をたくさん探し、改善できるのだと感じ、とても頼しく、嬉しい思いです。

しかし、気をつけたのは、「研修をするのが目的ではなく実行にどう移しているか？」を、追わずに終えてしまう事です。今期、私が朝礼で「会議を減らす」と話しましたが、それは、話し合いばかり行われ、動いていないのが問題だと感じたからです。理念研修を終えた店舗は、その効果がどう仕事に落とし込めているか、も店長会で語っていただきたいと思います。

さて、「自分がしたいと思える事を人にして差し上げる」という基本の考えは、皆さん、そのようにしたいと思ってくれている事でしょう。

ですが、「自分が良かれと思ってやっている事と、

本当に相手喜んでくれる事は、いつも一致する訳ではない」  
なので、そのギャップを埋める、と言うのが研修のサブテーマになっています。

それを、どう確認して、どう埋めて行くのか？を追求し続ける事で

本当に喜ばれるサービスに昇華できると感じませんか？

今、各店で力を入れている活動があると思います。

メンテナンスオリーの紹介、定期清掃の紹介、食器洗浄機用洗剤、  
ショットの販促、LINE会員の普及、提案の数を増やす、etc...

これを、業務として行おうとすると、もうこなすのに必死で、嬉しく楽しく働く  
どころか、疲れてやる気を失います。本来の仕事の意味も見失ってしまう  
かも知れません。各店長は、それを間違えずに伝え、取り組んで  
行かなくてはなりません。

2024.8.8

No2

店長自身が「また会社に何の思いついた事を始めたみたいだ。」  
今の仕事の上にさらに追加してやる事に増えた。」と感じていたから  
サービスをする側も、受ける側も、誰も笑顔にはならなかりませぬ。  
最近、各店の運営会議で私が質問しているのは、提案数が増えたら、  
「契約を減少させる提案」が出て来るはずではないか？  
という点です。しかし、会長に報告する為に「提案」を形だけしているならば  
論外の事ですし、契約を増やす事を目的として提案しているならば、  
結局その提案は「お客様のため」ではなく「自分のため」に行っているの  
売り込みです。目的は、「正しい仕事をして、信頼していただく」事で  
提案するにはまずお客様の状況と、プロの知識を持った人から見た  
「理想の状態」に、提供している商品やサービスがピッタリ合っているか  
どうかを、まず調べている必要があります。その上で最適な提案をする時、  
今の契約が過剰な場合もあるのではないかと、という事です。  
あるのは、商品変更がもっと細かに行われるのも多くあるのではないかと  
感じます。ビジネス市場では特に、同じ物を同じ場所に設置するのが  
最適ではない場合もあるでしょう。加湿器、ジヤコ、空気清浄機を  
ご利用中のお客様は特に、賢い経費の使い方に努めるよう、メリハリをつけて  
変更が本当は必要としているかも知れません。  
こういう話を聞くと、自分の営業成績にあまり貢献しないのに、  
手間ばかり増えると最初は感じるかも知れません。しかし、  
一見無駄に労力ばかりかかっているようにも、一番得難い「信頼」を  
積み上げていく事になり、理念を行動で表している事にも繋がります。  
信頼される仕事を継続していると、きっと思いもよらない形で注文や紹介に  
つながり、それは定期的に生まれてくるようになるでしょう。  
お客様は、自分の事を大切にしてくれる人が大好きにしているのです。  
最近では、保険会社の営業手法で、テクニックとして導入されているようですが、  
人脈がおりそうな人に近づき、その人には、たくさん時間をかけたのに、お  
売れません。...「この人は本当に自分の事を考えてくれている良人だ!!」と  
思わせる事に成功したら、紹介をどんどん生み出す金の卵を生む鶏に  
成長させる事です。自分で動いて一件契約獲るよりも、確実な紹介を生み出

2024.8.8

No3

を産み出し、たくさんの方の成果をあげる事で、生産性を高めているからです。  
(4) 計算高く、テクニックとしてやっているといずれ賢いお客様には見透かされてしまいます。本物ではありません。心から、自然にそうできる様になるべく、絶大な信頼が築けるようになります。それには考え方もとても大切です。本物の信頼は、さらさらと売れ残るなくとも、「あなたに頼みたい」とお客様を動かします。ココがポイントです。普段さういう仕事ぶりをしていないと、商品やサービスのお知らせをしても自分には注文は来ません。それなのに実績だけ上げようと何度も売れ残る「奇蹟」やサービスは並以下なのに売れ残るばかりしてくる様な担当者」になってしまいます。

また逆に、せめても普段頑張り信頼されているのにお知らせをしないので別の所へ発注されてしまうパターンもあります。営業不足で機会損失を生んでしまうのです。もしかしたらお客様は、信頼しているあなたから買ったりサービスを紹介してもらいたいと思っているかもしれない。お客様の気持ちも理解出来ていないと、こうなってしまいます。

信頼され、それに比例して実績が上がるというのには、無理する事なく私どももお客様も喜ぶスパイラルなのです。

本来、すべてのお客様とさうような関係になてほしいものですが、そうはなっていないのは悲しい現実です。

同じダスキンの加盟店でもダスキン+掃除も受注できている率が高い店と低い店があります。おそらくこちらは低い方だと思います。他のダスキンの経営者は、

「別の加盟店に掃除を注文されるなんて、おれは、自分のお客様の事が全く

わかっていない証拠だよ。そういう人は、よそのダスキンの掃除をたのまれてる事すら気付いていないんじゃないか？」と書いていました。さういふのがどうも反省させられました。

いやいや自分のお客様は、どこに掃除を注文しているんだろう？害虫駆除はどうしているんだろう？そのサービスに満足しているんだろうか？何か決め手で選んでいるんだろう？まだ困っている事があるんじゃないだろうか？

「提案」はさういふお客様への純粋な関心から生まれて行くものではないでしょうか？ やれと言われてやっていたり、テクニックとして使っている本物の提案

2024.8.8

1/04

なりません。そうしているうちは信頼をいただくにはまだまだ道のりは遠いです。  
信頼を得るには、時間もかかります。

そして、たった一度の失態で今までの信頼すべて失う事もあります。  
会社も同じです。1人でも評判を損う事を行えば会社全体がそういう  
目で見られるのです。是非 お客様や、地域社会に対しても、

自分の友人や家族に対して行うような気持ちで考えていただきたいのです。  
いつもそう考えると、話し方や車の運転の仕方まで変わって来るかも  
しれません。「お客様に喜んでいただくには」と深く考えて行けば  
仕事の時間外の自分の生き方について見直す事にもつなげていくのでは  
ないでしょうか