

会長通信 6年10月号 「とは」と「には」

今期各店にて理念研修を行っていますが、今までなかなか固まらなくて、理念研修の都度違ったテーマで研修をしておりました。お客様に喜んで頂くは変わらないのですが、「お客様に喜んで頂くには」の題で研修を始めたのですが、なかなか本質に行き当たりません。その中でやはり「お客様に喜んで頂くとは」はやはり必要と思って「お客様に喜んで頂くとは」に重点を置きつつ研修を行っておりました。しかし、どうしてもしっくりこないのです。そのとき店長会にて9月社長通信を聞き、ハッと気づいたことがありました。それは「お客様に喜んで頂くには」が基本なのです。その基本を掘り下げてのち「お客様に喜んで頂くとは」なのです。この順番を間違えていました。先日ある店で朝礼にて理念研修の「お客様に喜んで頂くとは」と「お客様に喜んで頂くには」の話をし、隣にいる方に、何故お客様に喜んで頂けなければならないのかを聞きました。その答えが、売上を上げる為にはお客様に喜んで頂けなければならないと答えました。皆さまいかがでしょうか。何の為にお客様に喜んで頂かなければならないのでしょうか。皆さまの答えは何でしょうか。現在9月～12月のエコライフ大キャンペーンを行っています。では聞きます。何の為に大キャンペーンを行っているのでしょうか。売上利益を上げるためでしょうか。どの様に売上利益を上げても、そこで働いて頂いている方々が疲弊し、悲壮感では全く意味がありません。ドラッカーは「顧客の創造」が私たちのまず第一の仕事だと言います。もう一度聞きますが、何の為にお客様に喜んでいただくのでしょうか。何の為にお客様を増やし続けるのでしょうか。何のために仕事をしているのでしょうか。売上利益の位置づけは何処に置けばよいのでしょうか。ここが真髄です。ここを理解していれば朝礼で聞いた質問の答えは違った答えになったはずです。ここを理解すれば、理念と行動が一致してきます。私たちには毎日毎日様々なことが起こります。どれ一つ同じものはありません。その一つ一つに正しい判断をしなくてはなりません。そのとき理念を基本にすれば、全員が同じ方向に向かって判断が出来る集団になります。理念の考え方が基本なのです。全ての事柄は、行動は理念に照らして判断していく集団になれば本物集団に繋がっていきます。先日社長がこんなことを言っていました。エアコンお掃除を行ったときにエアコンの見える位置に次のエアコンお掃除の目安の予定日を記入するシールを作る。するとお客様との対話でまだ日付が過ぎてませんね。日付が近いからそろそろいかがでしょうか。お客さまにどう気づいてもらうかの仕組みづくり。掃除の有効期限をつけ、次回のお掃除の年月日を記入すると言っていました。

今提案を推奨しています。情報チラシの作成を行っています。ほづみ版 biz チラシ業務用版、家庭用版を作成しています。いかがでしょうか。例えばエアコンお掃除の時期を(2～3年)過ぎたお客様に提案するのに皆さまはどの様に話していますか。直接に「エアコンのお掃除いかがでしょうか」とお客様にお話して、お客様はハイと返事してくれるでしょうか。私たちの主張がどの様に正しくとも、お客様は関係ありません。おそらくお客様よりお断りの答えが返ってきます。そうするともう2度とエアコンお掃除のお勧めは出来なくなってしまいます。その時社長の言うように、日付が過ぎてませんか?はお客様の気づきを促進します。そうです、私たちの

営業は直接おすすめることではなく、お客様の気づきを促進することなのです。提案も情報チラシも biz チラシ業務用版、家庭用版も全てはお客様に気づいて頂く道具なのです。

いかがでしょうか。直接お客様に売り込むよりも、お客様の方からあなたにお願いしますと言われた方がどんなに嬉しいことか分かりません。販売は楽しくなければなりません。仕事は楽しくなければなりません。一日一件のお試しをする為に苦しむことはありません。お客様の気づきを促進していけば、今まで以上のお試しがやってきます。その様な仕組みを作るのです。いままで長年やってきた仕事のスタイルを急に変えることは出来ませんが、徐々に変えて行きたいと願っています。それが仕事を楽しく出来るコツなのです。

これは今回理念研修を行う中で徐々に気づかされたことなのです。もう一度なぜお客様に喜んで頂かなければならないのか。この命題が本当に皆さまの体の芯に入ったときは、おそらくダスキンどこにも負けないほづみになっていると思います。是非ダスキン木村に追いつけ追い越したいと願っています。

もう一つは自利利他です。お客様に喜んで頂く即自分の喜びとする自分まで高めてほしいと思います。初めに言ったお客様に喜んで頂くのは売上増加の為なら、お客様の喜びが自分の喜びになりません。仕事をしていてもストレスいっぱいになります。お客様に喜んで頂くのが、やむを得ず仕事だから、お客様だから、ガマンして働いていたのでは自分が犠牲になって仕事をしているのと同じです。お客さまに喜んで頂くことが自分の喜びとなるのは自らの心の中に理念というものが芯まで入って入れば、お客様の喜びと自分の喜びとが重なるのではないかと思います。よくカサハラとか最近ガマンしなくてお客様であっても不必要なお客様よりのイジメに対抗しようとの機運が高まっていますが、その通りだと思います。理念に照らして考えると、この理念に合わないお客様にはご遠慮して頂かなくてはなりませんし、またほづみの中でも理念にどうしても合わない方はやはりご遠慮していただくかなくてはなりません。

私たちは今回の理念研修をきっかけにして、もう一度毎日の行っているさまざまな仕事が理念に合致しているのか考える機会になれば幸いです。