

件名: 7年2月会長通信 目標は初めに大きな目標を設定する

7年2月会長通信

目標は初めに大きな目標を設定する

先日の全体朝礼で自立(自律)の話をしました。自立とは自分自身で立つことです。青山学院 原 晋(はら・すすむ)監督は選手自らで自らを管理すると言っています。今回1月末までに2月3月の目標をほづみ全員に書いて頂きました。今月2月は「Do(実行)」です。そして3月は

「Check(評価)」を行い、出来なかったところは「Action(改善)」を行います。まず2月は皆さまが書いた目標に全力を尽くして下さい。時々目標とは何か?と考えます。その目標がやらされ感では「Do(実行)」がしんどくなります。ここをしんどくしない為には、全体朝礼で言ったドラッカーです。「我々は誰かから火をつけてもらう可燃型ではなく、自分で燃える自然型を目指す。ドラッカーは自らで目標を立て自らを管理する仕組みをマネジメントの「哲学」と呼んだ。我々はマネジメントの哲学を目指す。」です。いかがでしょうか?心の中を覗いてみれば、あなたの心は燃えていますでしょうか。稲盛和男は、人生・仕事の結果＝考え方×熱意×能力と言っています。ここにも熱意が仕事の中で重要です。皆さま仕事が好きですか?仕事を楽しくしないと、働くのがイヤになり、毎日がしんどくなります。その為には自らで自らを管理することです。他人に言われて仕事をしている様では全く楽しくないのではないのでしょうか。先日古田土会計と話している時に田村潤キリンピールの話が出ました。高知支店が売上を上げているのを知り全国のキリンピールの支店から見学が殺到しました。なるほどお客様への訪問の件数を多くすれば、売上が増加すると勉強し全国へ帰って同じことを行っても売り上げは増加しなかったそうです。何故だと思いませんか?答えは前々年の理念研修でお知らせしました。

もう一つドラッカーの話します。自らの能力を発揮する為に、仕事で身につけておかなければならない事①時間を管理する②貢献に焦点を合わせる③自他の強みを生かす④最も重要なことに集中する⑤成果のあがる意思決定をする。この5つの中の①時間を管理するに注目したいと思います。目標の中に是非自らの時間の管理を入れて頂きたいと思えます。意外に仕事をしている様ですが、1日の中に無駄な時間が紛れ込んでいます。レンタルも改善の余地がないと言ってしまうかもしれませんが、実はコースの組み方、お互いの顧客交換、待ち時間の交渉、4週間レンタルの確率など改善すれば多くの改善点が見つかります。その時間を管理し空いた時間をお客様への接する時間を増加させるのです。最近ニュースで盛んに給与のアップが叫ばれています。物価も上がっています。私たちの生産性を上げなければ昇給の原資は出てきません。自らで自らを管理するのは、自らの生産性を上げる大きな目標があります。是非目標にこの時間の管理を入れて頂きたいと思えます。皆さまの出して頂いた目標を見ていますと、今回は2月3月の短期の目標でやむを得ないですが、近視眼的な見方が多いです。基本目標は長期・・・出来れば3年先の目標を設定し3年の目標より今年どの様にするのか、そして4~6月はどの様にするのかを考えて頂ければと思えます、いずれにしろ4月より本格的にP「Plan(計画)」D「Do(実行)」C「Check(評価)」A「Action(改善)」をらせん型に回し、特に最後の

「Action(改善)」が最も重要です。目標は初めに大きな目標を設定して下さい。

例えば、6時30分迄には全員帰社、純増〇〇、解約〇〇、コース組総点検、保証コースを無くす、帰社しからの事務量を半分にする、全ての時間短縮、自分の強みを見つける、お客様との対話時間を増やす、月に〇件提案する、業務用チェックの地域を決める、営業日は営業オンリーにする、自分の1日の損益をはっきりさせる、コースの時間を20%削減する、レンタル率〇%、売上率〇%、ピンポン〇件、テレアポ〇件、人間力本を月に〇冊読む、仕事を楽しくする為に〇〇をする、レンタルコース1.5倍に売上にする。などなど。

話は変わりますが去年の9月~12月までエコライフキャンペーンを行いました。しかし、問題は目標通りの契約が上がってこなかったことです。このことは今年もA「Action(改善)」を行いました。と思いますが、今最も言いたいのは多くの申し込みが来ましたが、契約になったお客様、ならなかったお客様。では、ならなかったお客様はどの様にしていますか。現状おそらくそのまま放りっぱなしではないかと思えます。営業は実は、特に大型のお客様は一発では決まりません。持続的に営業をする必要があります。

どこかでこの本の話をしたと思いますが、企業の技術 浜口隆則「成功の型を知る」にこう書かれています。

だからこそ、たった一度でも興味を持ってもらった見込み客は大切にしなければいけないのです。しかし、実際の営業現場では、見込客になった潜在顧客が意外なほど大切に扱われていません。すぐに顧客になりそうな「今すぐ客」だけに注力して、すこし時間のかかる見込み客は放ったらかしという状態が多いのです。しかもそのやり方まで詳しく掲載されています。

サンキューレターメール2、ニュースレター3、メルマガ4、シーズンガード5、ブログ6、小冊子/カタログ7、プレゼント企画8、SNN(ソーシャル・ネットワーク・サービス)9、イベント10、ハロー電話11、現状報告メール12、ランチ会

是非多くの申し込みをそのままにせず持続的営業をお願い致します。現状各店のお客様よりの電話が大和田に移転しています。おそらくお客様よりの電話の時間が各店空いているはずですが、出来るだけ各店事務の方々と協力し、細い糸をゆっくり手繰り寄せる様お願い致します。