

その一声で差がつく「対応力」

1. 「真実の瞬間」

右掲は、飲食業の接客の写真ですが、この一枚にどれだけポイントがあるか考えてみてください。まず、笑顔があります。お客様に向かって笑顔で接していますから、きっと、声も笑声で心地よいと想像できます。さらに、お客様の状況に応じた言葉をかけていると思います。例えば、「ごゆっくり、どうぞ！」というシンプルな言葉でも、お客様の心を和ませ、その心で頂けば、料理もおいしさが倍増するものと思われます。と言う風に、どんどん良い循環になります。そうなれば、このお客様の満足度が上がり「また、来よう！」となるのです。



ところが、同じシチュエーションでも、まったく逆のケースが多いのです。例えば、無言でサッと料理をだすだけのお店もあり、極端な場合、ドンと音を立てて料理や水などを出すお店もあるのです。これでは、不愉快な思いをするだけなのです。「真実の瞬間」と言いますが、ほんの数秒の事なのです。それが非常に大きな要素になるのです。お客様に「また、来よう！」と思わせるか、まあ、安いから仕方ないかと思わせるかというだけではまず、この積重ねで大差になるのです。

右掲はシンプルなマルコフ連鎖を表しています。A社とB社の関係で、毎回、A社が1つ奪うというものです。僅か1%の事なのですが、13回目には30%の差が出るのです。ランチェスターの法則では、これ以上離れると追いつけなくなるというブレイク・ポイントです。さらに、続けると34回目には、2倍の差に拡大するのです。この時でも、Bの消失は僅か1.5%なのです。僅かな差の積重ねの恐ろしさを物語っています。

	A	B
	100	100
1	101	99
2	102	98
3	103	97
..
..
13	113	87
..
..
34	134	66

これは、何もお店に限ったことではないのです。例えば、電話で問合せがあった時に、パートの方が問合せ内容を知らなかった場合、「〇〇はありません」と返事すると「〇〇ですね、今すぐ、お調べしてご回答させていただきます」と受け止めて対応しますと答えるのでは大いに違いが出ます。これを先ほどのマルコフ連鎖と重ねると分かるように、この積重ねで格差が付くのです。

私の会社でも、留守の時に来電があっても要件と電話番号を聞いてくれるのといないのでは、その後の対応に差がつくので、何度も注意をしています。躰けというのは根気よく何度も身に付くまで指導することと考えていますが、多くの場合、一度言っただけなのに「言ってもできない」と嘆いておられる方が多いのです。そんな簡単に「人」が変わるなら、誰でも経営者になると思うのです。「人・物・金」と言いますが、「人」の問題が難しいからサラリーマンやパートで我慢しているのです。一言で理解して行動に移せる人もいますが、それは「人財」と書くような存在なのです。それを望んでも「2:6:2の法則」というように、極めて少ないのです。そういう状態なので、私は、何事も「ここまでおいで」という気持ちが大切と話していますが、自分の子供ならそうする筈なのです。

2. 「ちょっとの差」の恐ろしさ

右掲は、自動車メーカー別2014年販売台数とシェアを表にしたものです。これは、軽自動車を除く登録車と呼ばれる自動車の統計ですが、トヨタはランチェスターでいう独占シェア42%を超えており、2位のホンダの3倍以上のシェアをとっており、曾て2強と呼ばれた日産は3位に甘んじている状況です。

2014年	販売台数	シェア
トヨタ	1,476,079	44.9%
ホンダ	446,395	13.6%
日産	428,781	13.0%
マツダ	167,392	5.1%
その他	771,451	23.4%
合計	3,290,098	100.0%

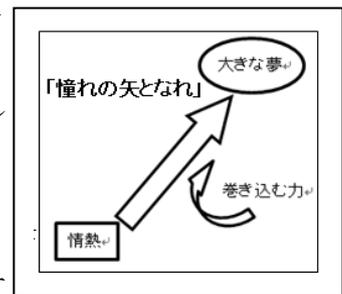
私がトヨタ系販売店に入社した昭和48年（'73）頃は、「技術の日産」、「販売のトヨタ」とブランドされて「商品」という意味では勝っていたかも知れない存在であり、シェアも拮抗しており30%で競っていた時代があったのです。その後、40数年が経過した現在では、トヨタは世界一になり、日産は外資に支援を得て外人社長に牛耳られているのです。まさに「時の流れ」なのですが、恐ろしいものがあります。

これは、マルコフ連鎖で説明できるものではないのですが、「攻めの日産」と「守りのトヨタ」という理念の相違で格差をついたとも言えるのです。例えば、部品供給体制を早期に完成させ、最悪2時間待てば部品が届き修理ができるという安心感を提供したのがトヨタなのです。この実行力の差は、今でも大きな差になっているのです。

3. 「躰け」は「些事」から

話を巨大メーカーから現実の中小零細に戻します。「真実の瞬間」と書きましたが「笑顔」や「笑声」、「〇〇ですね、承りました。お調べいたします」という事は「当たり前」の事ではないでしょうか。この僅かな対応の違いが大きいのです。それを放置して、あいつはなっていないとか、うちは・・と嘆いているのはご自分の責任なのです。このような方にご指導するのが私の役目ですが、意外に気づいてもらえないですね。現場は「鏡」ということを忘れないで欲しいと思います。

MMQC（もっと儲かるQC活動）を提唱して現場でご指導していますが、定着するには時間がかかります。「当たり前運動」という手法で皆さんで実践すべきことを明確にして、その実践をフォローしていますが、リーダーの率先垂範が一番ですね。右掲は、ニーチェの「憧れの矢となれ」という言葉をイラスト化したものですが、リーダーが「大きな夢」を持って身近なことを率先垂範する巻き込みパワーを示しています。



「葉隠」に「些事優先」という事が示されていますが、〇〇ができないと嘆くことを率先垂範することがリーダーの資質なのです。しかし、口先だけという方が多いのです。「俺は別」という方も中にはいらっしゃるのですが、それで周囲を巻き込めるのでしょうかと思います。「ねこに鈴」というイソップ物語がありますが、こういう方に忠告しても「面従腹背」なのです。確かに、「当たり前」の事だから反対はしないのですが、どこかバカにしたような所があり腹では「俺様に何を言う」という心境なのです。

「素直プラス発想勉強好き」は故船井先生の「成功する人の3条件」なのです。出来る方なら素直に「よく言ってくれた」と心を改め反省し「プラス発想」で実践に移すのです。分からなければ、聞いて教えるを乞う事も一つの選択肢なのです。私は、社員の皆さんと一緒に問題を共有して、一緒に解決できる策を決めて実践するのがベターな方法と考えています。

4. 一言の重要性

「真実の瞬間」は「俺も一緒にやる」という言葉と実践で生まれるのです。現場のパート社員に教えるにも「一緒に」という事が大切です。「笑顔」や「笑声」と口では簡単に言えますが、実践は難しいものがあるのです。一緒に「笑顔」や「笑声」の訓練をすると連帯感も生まれて、社員の方にも「腑に落ちる」という状態になるのです。

このように、何事も「一言」が大きな意味を持つのです。それも「瞬間」なのです。それは、頭で分かっていてもできないもので、日頃からの実践が物をいうのです。「ここまでおいで」という気長な気持ちで社員さんの進歩を早めると確信しています。

【AMIニュースのバックログは <http://www.web-ami.com/siryu.html> にあります！】