

顧客の支持を得て発展成長する企業は「こだわり」「迅速な対応」「心配り」がカギに

景気回復の兆しが見えてきているとはいっても、多くの中小企業は業績の低迷から脱却できずにいる。そんな中でも、顧客から支持され、業績を伸ばしている企業がある。低迷している企業と業績を伸ばしている企業は、どこが違うのか？ 街の一番店の元気の理由を探った。

景気低迷や大型店の進出が中小企業の経営を圧迫

街の小さな企業は、景気の低迷や、巨大スーパーマーケットなど大型店の進出による競争の激化に伴い、苦戦を強いられている。商売を続けることができずに廃業する企業も増えている。商売を辞めてしまう店が続出し、シャッターが下ろされている店舗が多いことから、別名「シャッター商店街」と呼ばれるアーケードも全国各地に出現している有り様だ。

例えば、家電販売店はどんどん大型化し、今や2,000坪を越える店舗同士が価格競争を繰り広げる状況が当たり前の時代になっている。神奈川県を中心に営業を展開していた家電量販店の「ワット・マン」は、量販店同士の価格競争に破れて撤退し、中古家電販売店に転業した。まして地域の家電販売店の存在価値は、ますますシビアに問われているのが実情だろう。

「不景気だからモノが売れないのは仕方がない。大型店が進出してきたから、うちみたいな店では太刀打ちできない」と何の策も講じず、さじを投げてしまっている中小企業経営者も少なくないのではないだろうか。

しかし景気低迷や大型店の進出による競争激化といった厳しい状況の中、小さな企業でも業績を伸ばしているところはある。量販店に負けなだけの粗利率を上げている企業も存在するのだ。

本特集では、そうした企業がなぜ顧客から支持を得て発展成長しているのか。また同業他社が業績を下げている中で、なぜその企業だけが業績を伸ばしているのか。どのような工夫を行っているのかなどを探った。そこには規模の大小を問わない、企業再生のヒントがあるはずである。

商品への“こだわり”を持ちながらお客様の声に耳を傾ける

顧客から支持を得て発展成長している企業に共通しているのは何だろうか。

(株)蔵家は、ほかの酒販店とは一線を引くために、開店当初は日本では馴染みの薄かったワインに目を向けて、フランスなど原産地に赴いて、取引先を開拓していった。また国内においては、全国各地の蔵元をめぐる、優れた地酒の銘品を集める努力を行った。このように独自路線を早くから決めて経営を進めたことが、繁盛店につながる要因になったと言える。

また、「パン焼き小屋 ツォップ」は、採算を度外視しても、ひとりのお客様が欲しがパンを焼き続けてきた。その結果パンのアイテム数は400以上になり、常時250以上のパンをお客様に提供できるまでになったわけである。また、たった1斤の食パンでも配達するのは、ひとりでも多くのお客様に焼き立ての美味しいパンを食べしてほしいという思いがあってこそだ。

両社とも商品への“こだわり”を持ちながら、決して“押し付け”で商品を販売しているわけではない。お客様の声に耳を傾けながら、より良い商品を提供していこうとするひた向きの姿勢が見られるのである。

また、目に見えないサービスを扱う(株)青山工務店では、「べからず10訓」を基本として、お客様に気持ち良く家を引き渡せるように努力している。例えば、「挨拶のできない者」「くわえタバコで仕事をする者」「現場掃除のできない者」など10項目があり、このチェック表は施工主のお客様にも渡して、最終日に各項目10点満点で評価していただいている。そして、どの職人がどの項目で減点されたかを客観的に評価し、次

の仕事の際には改善を求めるなど、お客様の立場に立ってきちんとサービスを提供できたかどうかを細心の注意を払って見ている。

顧客データを駆使し タイムリーに対応

「でんかのヤマグチ」では、8年前に約3万世帯の顧客データを半分以下に絞り込み、これを9分割することで、お客様と密な関係を作ることに重点を置いた。お客様から「電球が切れた」という連絡が入れば、修理担当のスタッフがすぐ駆け付けるなど、迅速な対応をモットーとしている。こうした地道な活動を通して、個々のお客様が保有する家電製品に至るまでを把握、効果的な販売アプローチにつなげている。

また蔵家では、3,000名の顧客データを管理している。例えばある顧客に、ビールがそろそろなくなるころにご用開きの電話を入れたところ、「何でそんなことがわかるの?」と言われたというエピソードを持つほど、「個客対応」がしっかり行き届いているのである。

これらの各社に共通するのは、顧客情報に基づき、個々のお客様に最適な商品やサービスを最適なタイミングで提供していることだ。こうしたお客様の立場に立ったアプローチは、口コミの誘発にもつながる。

「でんかのヤマグチ」では、土・日曜日に行うミニ・イベントが顧客の評判となり、地域に口コミとして広がっている。初めて訪れたお客様から、「週末、お店の前を通るたびに気になっていたの、いつか来てみたいと思っていた」(山口氏)と話し掛けられることも多々あるという。また、電球ひとつから取り替えに駆け付けてくれるという評判は、高齢者世帯には口コミとなり、困ったときは「でんかのヤマグチ」へ連絡すれば大丈夫という信頼につながっている。



ツOPPも、焼き立てのパンを多くのお客様に食べて欲しいという店主の思いが評判となり、客足の途絶えることのないパン屋になったと言える。特にあんパンは訪問先への贈答品として重宝がられており、一度に20~30個まとめて買うお客様もいるほどだ。

このように、今回の取材対象企業では、多額の宣伝・広告費をかけることなく、「お客がお客を呼ぶ」仕組みができ上がっている。広告よりも信頼度の高い、顧客の口コミが大きな宣伝効果をもたらしていると言えるだろう。

お客様からの感謝が従業員の モチベーションを高める

中小企業の強みのひとつは、組織の規模がそれほど大きくないので、顧客接点のマネジメントを徹底しやすいことだ。

ツOPPではクレームがあったときにはすぐに会議を開き、何が問題だったのかを販売や製造などのスタッフ全員に浸透させている。蔵家においても、夫人の浅沼清子氏を中心となって、スタッフの行動に少しでも問題があったときは適時指導を行っているという。青山工務店では、先ほども述べた「べからず10訓」を用いて、職人一人ひとりのマナーを徹底させている。このように問題が発生したとき、あるいは発生しそうなときには、スピーディーに対応し、顧客の満足に結び付けているのだ。

このような活動の結果、対応品質は高く保たれ、お客様に喜ばれる場面も多くなる。お客様から感謝されることで、スタッフ一人ひとりのモチベーションが高まり、それがさらなる顧客満足につながっていく。

例えば、「でんかのヤマグチ」ではお客様の冷蔵庫が壊れた場合には、営業担当が氷の入った袋を2つ届けて、冷凍室の品物が傷まないような心配りをする。修理に伺った家のお客様が外出すると聞けば、バス通りまで車でお送りする。ツOPPはお客様から、「ツOPPさんのあんパンを食べないと、節句を迎えた気がしないの」などとの声をいただくことも多い。

こうしたお客様の感謝の声がスタッフの励みとなり、顧客対応が向上するという好循環が生まれているのだ。

たゆまぬ努力と 地道な活動

各社は「お客様があって、うちがある」ことを肌身に染みて知っている。

「でんかのヤマグチ」が3万世帯の顧客データを半分以下に絞り込んだのは、お客様との関係が希薄になりつつあることに危機感を感じたからである。そして、お客様と1対1の濃密な関係を結ぶために、あえて数を減らしたのだ。

蔵家の清子氏は、最近若いお客様に「最近、うちの母親が体調を崩して入院しちゃったんだよ。おかみさんも、身体に気をつけてね」と声をかけられるという。またツOPPでは、パンを買ったお客様から「いつも食べている味と少し違うんだけど、店長どこか身体悪いんじゃないの」と、クレームではなく、心配して電話がかかってきたことがあったという。お客様との関係の強さがうかがえるエピソードだ。

お客様に気づかってもらえるというのは、それまでにどれほど各経営者たちが地道な努力を繰り返してきたかの証だ。

蔵家のご夫婦はワインの美味しさを広めるためにホームパーティを開催し、ツOPPの店主はひとりのお客様の喜ぶ姿を心に描いて、ロスがでるとわかっていてもパンを焼き続けてきたのである。

青山工務店の青山氏は、「絆」を大切にしたいという考えから、「木のはがき」を一度お世話になった施主などに毎月送り続けている。「でんかのヤマグチ」の土・日曜日のミニ・イベントも儲け抜きのサービスで、あくまでもお客様との関係を深めたいという山口氏の考えで始まったものである。

目先の利益を追求するのではなく、お客様との関係作りにも力を入れる。お客様があってこそ、自分たちがある、商売とはお客様に喜んでいただくことなのだという原点を常に忘れることなく、実践してきた結果として、顧客に支持され、利益を上げている。

“顧客第一主義”の実践には、特別な技術やシステムが必要なわけではないが、これを継続するのは簡単なことではない。経営者はじめスタッフのたゆまぬ努力と向上心こそが、顧客に支持され続ける企業の魅力を作るのではないだろうか。

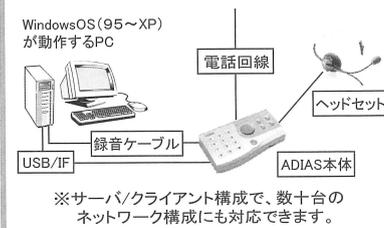
ADIAS® New concept CTI System

オペレータ教育にも有効です 今までなかったコストパフォーマンスCTI:ADIAS

ADIASとは

当社開発のADIAS(アディアス)は専用PBXやサーバがなくても運用が始められます。場所を問わず1台からの導入が可能。規模を問わないコンタクトセンタのトータルシステムソリューションを大変リーズナブルな価格でご提供させていただいております。PCのHDDに録音ができるため今まで難しかった全通話録音ができオペレータ教育に役立ちます。

構成図



ADIASの主な機能

- ◎お客様との通話内容録音・再生
- ◎録音された音声データをメールに添付して転送
- ◎自動ダイヤル発信
- ◎発着信履歴の記録
- ◎CSVファイル電話帳データの取込機能
- ◎手掛けの約1.5倍ダイヤル(当社比較による)

~ADIASを利用した効果的なオペレータミーティング~

説明より実例

新人オペレータや自分の改善すべき事を見出せないオペレータには録音された本人の声を聞き返しそこからアドバイスをしてあげる、という方法が効果的です。自分の声を聞くのは恥ずかしいものですが、話し方や特徴をまず自分自身が客観的にとらえることで改善できることもあります。

また、良いオペレータの“話術”からはコツやボキャブラリーを取得。これによりオペレータの知識の増幅につながります。

詳しくはこちらをご覧ください

<http://www.adias.co.jp>

FIG ファイン・インテリジェンス・グループ株式会社

Tel: 03-5643-7379 / Fax: 03-5643-7378

E-mail: adidas@fig.co.jp

→→担当: 谷藤までお気軽にお問合せください

◆◆◆◆開発力のあるお客様には、DLL公開も可能です◆◆◆◆