

ニュー・ミドルエイジたち大いに語る

店舗ベーシックで、 お客様のための 改革を！



■出席者

岡南店

西本匡志(H五年入社)

倉敷店

土屋邦晃(H九年入社)

野田店

岡野由佳(H十一年入社)

進行：営業改革室

草井 智(H九年入社)

草井



今日は忙しい中、同じ世代の皆さんに集まっていただきしました。そろそろ私たちも入社して十年前後になりましたが、仕事に自信もついてきた年頃(笑)ではないでしょうか。日常業務の事などについて忌憚のない意見を交わしたいと思えます。

岡崎

一応入社して年数だけとはたつたから、商談は自然な感じでできるようになりました。ただ、それがお客様にどう受け入れられているか。「接客」という言葉の意味を、考えなければならぬと思うことがよくあります。

草井

近年当社でも「店舗ベーシック」というプロジェクトが始まっています。これは、お客さまに心から喜んでいただくため各店でのサービス面充実の努力を、ゼロから見直してゆ

草井

お客様のお迎え、お見送りの励行など、各お店でも近年はその「接客」に、基本から積極的に取り組んでいますね。

入谷

僕もある程度経験をつんでお客様とのコミュニケーションのコツ、「話術」のコツなどは、ある程度つかめたかな、と思います。がお客様と親しくなるにつれ、正しい「接客」がおろそかになつていないかと反省することがあります。要は、親しさと礼儀のバランスだと思うのですが、これが結構難しい。

岡野

お客様に少しでも不快感を感じさせてはいけない、というのが最低限の条件でしょうね。親しき中にも礼儀ありとよくいますが、これは名言だと思います。そして経験をつんで仕事にある程度慣れた私たち世代こそ、これを今一度再確認しなければと思います。

川藤

こうという取り組みですね。最初に野田店がモデル店舗として、店舗ベーシック活動を始め、今は岡南店・東岡山店・倉敷店と展開しています。成果はどうなんだろう。

各店でのサービス面充実の努力を



※店舗ベーシック活動とは

「来店型総合営業活動の実現」を前提としたお客様の真の満足を生むための、店舗の魅力アップと生産性向上への取り組み。店舗の自主自立・活動を基本とし、一人ひとりのスタッフが働きがいを持って働き、日々の仕事の中での提案・改善を続けることでの成長を、同時に目指します。

経営管理室

片山貴志（H八年入社）

東岡山店

川藤 真（H七年入社）

野田店

入谷貴之（H八年入社）

岡南店

岡崎義弘（H九年入社）

土屋



はい。倉敷店では毎日一生けんめい掃除しています笑。それも本当なんです。要点は日々の業務の個々をサービスの基本に立ち返ってそれぞれ検討し、お客様に「また来たい」と思っていただけの店づくりをコツコツ積み上げて行くこと。スタッフ一丸となって努力を続けている最中です。

岡野

仕事の内容のそれぞれを「どういう風にするか」だけでなく

個々のお店の 自主自立の心で満足を

片山

岡山トヨタが現在推進する店舗ベーシックの動機のひとつに「営業現場の教育は人事部では出来ない」ということがあると聞いています。つまり、個々のお店が自主自立の精神で、スタッフそれぞれの人間的成長までを含めた分野で、お店のポテンシャルを最大限に引き出してゆこうという考えなんだ。

西本



「どんな気持ちでするか」までを考えるとというのが店舗ベーシックでしょう。

「決まったことをやる、決められたことをやる」というのではなく、やはり自主自立という精神が、店舗ベーシックの一番大切なポイントだ。岡南店ではまだ取り組みが始まったばかりだけど、スタッフをグループ区分してのベーシック・ミーティングなどが始まっている。

入谷



これはもうエンドレスですよ。目指すところ「お客様の真の満足」という一点。それに対して上意下達ではなく、現場で



草井

の創意創案に満ちた、また継続的な努力をするということ。実に大変ですが、やりがいもある。

なんでこんなことが必要なのかというと、従来の訪問販売主導から来店型セールスに業界全体が大転換しているからだよね。

入谷

私たちディーラーは、これまで基本的な店舗での販売ノウハウを持つていなかった、ということに、ようやく今、気がついたということだ。

片山

高級ブランド店のように販売店に顧客を引き寄せ、そこでお客様とのリレーションを醸成させながらの販売活動が、今後主流となるという展望に基づき戦略転換だ。

入谷

私はそれだけでなく「現場の意見を吸い上げる」という機能も見逃せないと思う。若い人にはいろんな意見や思いがある。でもこれまでは、それが聞かれることがなかった。というか、思いを伝えられる場が、なかなか無かった。ようやく十年たった私たちも、それなりにいろいろなことが見え、理解できるようになったけど、意見を述べられる場という、あまり無かった。それが変わろうとしている。

川藤

西本

訪販から販売拠点の店へというシフトは、ずいぶん以前から言われてきたが、本格的にあれこれ動き出したのはつい最近だ。こんな大きな転換期には、全員が考え、全員が主体的かつ横の協力も密にして取り組まなくては、一切が成就しないと思う。

土屋

その点では、現在取り組みをしている倉敷店では、若い人たちが全面にたつて積極的にやつていて、非常に心強いと思います。

岡崎

ちよつと聞きたいけど、個々のお店で、オーナーとなつていただいているお客様すべてを、皆さん把握していますか。お顔を拝見するだけで、どなたがどなたかということが分からないと、店舗にお客様を快く迎えられるませんよね。

西本

まあ個々が担当するお客様以外ほとんど分からないというのが現状だろう。でもどのお客様も、その店のお客様であることは間違いない。またどの店のお客様も当社のお客様であることは変わりない。私は、お客様を分けて考える必要はないと思っている。

千差万別のお客様への対応

川藤

土屋さんたちが形を作つて、それに若い人たちが魂を入れる、といういい連携が生まれているわけだ。全員で考える「この来店いただける店にしよう」という原点からの努力。これが私たちにとつて今最も大切なことだ。



岡崎

自分のお客様か、それとも他のスタッフの担当するお客様かということを考えていては、本当の店舗営業はできないということですね。まったく同感です。お客様の方では「岡山トヨタを信頼している」と考えていらつしやるのだから、どこのお店に来ていただいても、いつでも最善の対応ができるよう





草井

にしくはないですね。サービス部門ではどうでしょう。

西本

従来は営業スタッフからお客様のご要望を伝聞し、作業を進めて、営業スタッフが納車するということもよくありました。でも最近は私たちサービスクルが直接お客様に接することで、コミュニケーションレベルがアップしていると思います。

岡野

そういったことでもやはり、社内でのコミュニケーションが大切だと実感します。みんなできるとは、みんなでカバーし合い、これというところではスペシャリストが最善の対応をするといった姿勢が欲しい。

川藤

先ほどの「顔が分からないお客様」の件でも、臨機応変かつ接客業としての基本を尽くし、社内、店内の横の連携をスムーズにすることで、すべて解決するのではないのでしょうか。

草井
岡野

大変いい意見ですね。ただ、私たちのお客様は非常



に幅広いと申しますか、色々な職業や年代の方がいらっしゃると思いますので難しいこともあります。

今夏はクールビズということ

礼を失せず心を通わせよう

片山

昨年のボルテの登場で、女性や若いお客様もかなり増加しました。極端な言い方ですが、こうしたお客様と、例えばご年配のお客様で長くクラウンをご愛用なさっている、といったお客様との対応は、同じものではあてはまらないかもしれないですね。

土屋

私は、お客様個々に対しての「切り替え」をいつも重視しています。同級生のオーナーに四角四面の接客は不自然ですし、政財界でご活躍の方などなら、礼を尽くしながらも決して慇懃無礼にならないようにする。

片山

フレンドリーな土屋さんと、ピシッとした土屋さんを上手



もあり、勤務中も原則ノーネクタイにしたのですが、お客様アンケートの中には「少々カジュアルすぎる」というご意見もありました。

土屋

に使い分けられていますね。さすがは十年選手(笑)。いやいや、まだまだ至らないところも多くて。特に電話対応などは、本でも読んで勉強しなくては。

岡崎

電話といえば携帯にまつわる失敗談があります。大切な商談中に呼び出し音…。あちゃー、と思ったがもう遅い。幸い優しいお客様で、笑っていらっしやいましたが自分が情けなくなりました。

岡野

仕事になれたことで、慢心してはダメ、油断してはダメ、ということを示すいい教訓だと思っています。

西本

やはり初心が大切。忘るべからずだ。店舗ベータシクへの取り組みも、販売促進ではなく、お客様の満足という原点を大切にしたいね。

草井

今日はどうもありがとうございました。これからもお客様のために一生けんめい頑張ります。