

平成20年11月分

心の「えこいいき」

東京ディズニーランドに秘密の部屋があるのをご存知の方は少ないと思います。私も今年の5月まで知りませんでした。その部屋への入口のドアには「33巻」と書かれており、小さな窓に合図するとカギをあけてくれ中へ案内してくれます。階段を昇り2階へ行くとレストランがありました。フランス料理がたき火、夜のパレードとPM8:30の花火のときには、カーテンが開き目の前で食事をしながらパレードと花火が見えたのです。この部屋は特別な会員のみしか利用できないのだそうです。私と木保は大感激です。このおな特別扱いをされてうれしかったのですが社員お客様にしゃべりまくりました。人は感動すると誰かに話をせずにはいられないのです。これは「えこいいき」ですが大企業は計算されたえこいいきをしています。ある航空会社では、特定客だけラウンジが使える、名前が呼ばれる、手荷物が一番はじめに出てくる等、お客様をえこいいきすることによって、他の航空会社を利用させない囲い込みが行なわれています。中小企業でもある飲食店では、お客様においてジョッキの大きさが違うのだそうです。お客様によってはジョッキに「大・大王様」と書いてあるのだそうです。

私共のお客様でもあるクリーニング会社では年間8万円以上お買い上げのお客様には社長と店長がワインを持ってお客様を訪問なさっているそうです。新しいお客様を開拓することも大切ですが、上得意お客様により喜んでお店を多く利用してもらう。他の店へ行かれないほうが会社は儲かります。お客様の年間売上を取引高の高い順に一覧表にしたものをABC分析と言います。全体の80%の売上高をA、95%までをBと外をCと区分します。このAとBのお客様に「えこいいき」するわけです。会社の経営資源には限りがあります。そこでAとBのお客様には訪問回数を増やす、特別割引をする、旅行を招待するなどの「えこいいき」して特別扱いするわけです。このおなことは一般的にやられていることです。しかし、このことを「差別化」ではなく「えこいいき」と言った。社員とお客様はどんな気持ちに存ぞいおが、「えこいいき」のほうか言葉として楽しくないぞいおが、パートさんやアルバイトさんまで含めたアイデア募集で差別化するアイデアを出して下さいと言ふより、「えこいいき」するアイデアを出して下さいと言ふほうが面白く自由な発想で意見が出てくるのではないぞいおが。

前月号でも書きましたが販売なくして事業なしてす。事業の経営とは顧客の創造です。これによって利益を確保し事業を存続させることが出来ます。中小企業では社長が内部管理に力を入ぬるのではなく、社長が先頭ではなく続けと先頭に立って販売活動を行なうことにより市場とお客様の要求の変化に対応してリけるのです。穴熊社長には存ぞいお下さい。特に2代目の経営者は勉強(セブナー)はよくするのですが、現場に出ないために実績がなく社員か「信頼」されていぬ人かいます。経営は社員を管理することではありませぬ。社員と家族を守り、一生を通じての社員の生活の安定と向上をはかることです。そのために利益を出し蓄積をしていぬかたは存ぞいおありません。儲けるのか下子では社長失格です。儲かる経営をするために利益計画をつくる。商品別販売計画をつくるために商品分析も行ない効率のよい商品を発見し、重点的に売る。得意先を分析し、「えこいいき」をして、ファン客層や上得意先には、とびっきりの最高のサービスをする。その他のお客様にも最高のサービスをするれば会社は必ず繁盛します。会社成功のカギは、「パワフル」ことと「えこいいき」することではないぞいおが。

翁著回書(お客様は「えこいいき」なさい。)高田靖久、

吉田土 満