

平成24年10月

売上高ではなく、お買上高

商品を売ると一般的には売上高、会計上も売上高です。管理上は自由に表現できるので、売上高よりお買上高のほうが社内のモチベーションがあがる業種も多いのではないでしょうか。 売上アップのための優先順位は、(1)商品力 (2)サービス力 (3)販売力 ですが、販売力がかり重視すると、売上のみ重視され、お客様が二の次に落ちてしまいます。お客様のことより自分の会社の利益を優先し、たとえお客様が損をするのがわかっていても商品を会社の方針で売るという話を聞いたことがあります。社員はお客様に大変申し分けないという気持ちで会社の方針なので売っています。またある本に「狙った客は100%落とす」というタイトルの本がありました。「客を落とす」という言葉に大変違和感を覚えました。「落とす」という言葉は、刑事が犯人に自状させるときに使うかみです。言葉は言霊です。使う言葉によって相手に対するその人の心が映し出されます。 落とすという言葉には自分中心でテクニックで売ってやるという心が見えます。古田土会計では呼ぶ方はすべて「お客様」。顔面先でもなく、クライアントでもなく、お客さんでもなく、「お客様」です。

さて、お買上高はというイメージかといいますが、買って頂くということ。お客様が当社を選んで頂いた。お客様が当店の商品・サービスを選んで頂いたということです。お客様に感謝したいという言葉です。

商売は、商品力があればサービス力、販売力がなくてお客様は殺倒します。アイフォン5がよい例ではないでしょうか。多くの中小企業では商品力で圧倒的な差をつけられるので、サービス力で差をつけています。有名なエムケータクシーはタクシーという人を選ぶ商品でお客様が選ぶはれられているのではなく、挨拶をしなければ代金を頂きません。ドアは自動ではなく手動で運転手さんが開けてあげます。荷物は玄関の前までお届けする等のサービスのよさでお客様がエムケータクシーを選んでいきます。またお客様が選ぶやすいようにエムケータクシー専用の乗り場が京都にはあります。

私達中小企業は、お客様に買って頂くために、選んで頂くためにどのようなサービスをしているでしょうか。またどのような社員教育をしているでしょうか。お客様に選んで頂くために現場がどのようなサービスをしているでしょうか。 よい組織というのは、全社員が頭を使っている組織です。現場で働く社員1人1人がお客様に選ばれたいために自分の頭で考え行動する組織でなければ、お客様に感動して頂くサービスは提供できません。社員の自発的な力を引き出した企業が勝つ時代です。現場社員が率先して知恵やアイデアを生み出す現場力こそ大事です。いい会社というのは、会社の中の皆が、それぞれ立場で頭を使っている会社であり、良くない会社は上の二人、三人が頭を使って、下は頭を使っていない会社です。お客様に選ばれたいために、会社や店のレイアウト、環境整備、社員の挨拶、笑顔、言葉づかい、態度はどうあるべきか、全社員が頭を使った、すばらしい会社、お店に存るのではないのでしょうか。お買上高をあげるために私達はほとんど何もやっていないと思います。今日から実践すべきことはたくさんあります。不況下でもやり方(か)いで成長はできます。