



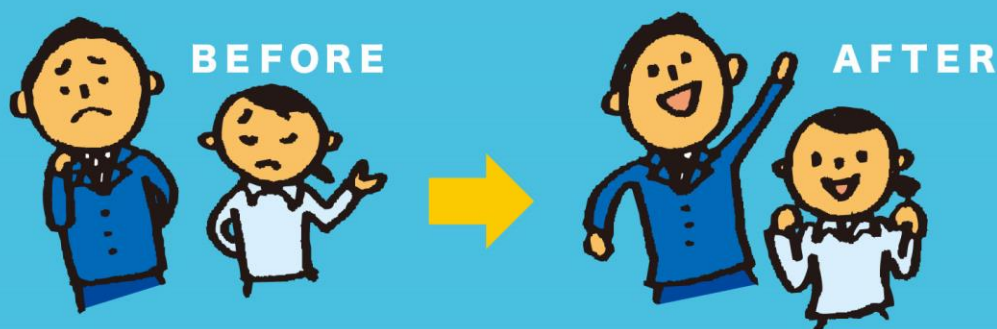
月刊音声セミナー

店長たちの

「自分ブランド戦略」

10

ブランド戦略の専門家 村尾隆介



日本で働くリーダーたちに贈る！

人が集まる人になるためのノウハウ。

ブランド戦略のフォアランナー・村尾隆介
による月刊音声セミナーのテキスト版！

村尾隆介

目次

- 第1章 店長の方で店の売り上げは大きく変わる
サービスのばらつきは店長力の差
分煙できないならば、思い切って禁煙にする
大事なことはクレドに示す
- 第2章 誰もがその才能を発揮できる土壌
採用時に見極めるべき二つのポイント
クレドに沿って人材を採用すべし！
- 第3章 明日からのリーダーシップ講座
クレドを会話の枕詞にする
- 第4章 店長のためのパワーソングの紹介
時間の使い方こそ人生のキーポイント

※本テキストは、音声セミナー「店長たちの『自分ブランド戦略』第10号」を抜粋・編集して制作したものです。

その店舗の売上を左右する店長という存在。特にブランド力のある店長であるかそうでないかによって、売上は大きく変化します。とはいえ、どうやってブランド力を上げていくか悩む人が多いのも事実。小さなブランドの専門家として全国で講演やセミナー、コンサルティングの実績がある村尾隆が店長のための自分ブランドについて語ります。

店長の方で店の売り上げは大きく変わる

サービスのばらつきは店長力の差

早川 みなさんこんにちは。プロインタビュアーの早川洋平です。店長たちの『自分ブランド戦略』第10号をお届けします。村尾さん、よろしくお願ひします。

村尾 よろしくお願ひします。

早川 音声セミナーなので、リスナーの方はわかりづらいと思いますが、村尾さん、その腰に巻いているモノは何ですか？

村尾 色々な人に「ぎっくり腰ですか？」と聞かれるのですが、実はあばらを骨折中なんです(笑)

早川 なぜ、そんなことになってしまったのですか？

村尾 先日、福岡で35歳以上の草ラグビーの世界大会がありました、僕らも出場しました。僕のチームは半分素人、半分経験者というワイルドなチームで、1試合目にオーストラリア、2試合目はイングランドのチームと戦いました。非常に善戦した中、代表で僕が負傷しました(笑)

早川 本来は、絶対安静ですよ？

村尾 医者からは「なるべく、しゃべるな」と言われています(笑)

早川 そんな中、村尾さんにしゃべっていたのは大変気が引けますが、村尾さんのプロフェッショナルリズムを知ってもらうためにも、いろいろお話を伺いたいと思います。

早川 早速ですが、この音声セミナーはどのような内容でしょうか？

村尾 店長に限らず、スーパーバイザーなどリーダー格の方に役立つ情報をお届けしています。リーダーは人が集まるような人になるべきだと思いますので、リスナーからの質問をベースにそのノウハウをお伝えしたいです。

早川 勉強というよりも、コンサルみたいな形ですね。

毎回オーブングトックでは、最近お店で見つけた「GOOD」や「BAD」についてお話していますが、何かありますか？

村尾 今日は「GOOD」と「BAD」、ひっくり返す話です。

僕は飲食店が少ないへき地でプロジェクトをすることも多いのですが、そんな時にありがたいのがチェーン店です。価格帯、サービス、内容も何となくわかるので入店するのですが、同じ看板を掲げていてもサービスにはばらつきがあるチェーン店があります。

早川さんもきつと経験があると思いますが、コンビニなど店舗や時間帯などによってサービスの質が全然違うんです。

早川 そうですね。土地とかにもよるんですね。

村尾 ばらつきはない方がよいので、非常に残念だと思います。僕はフランチヤイジのコンサルもよくしますが、この問題はほぼ店長力で決まります。

ユニフォームの着方一つだけでも、腰パンもあれば、ぴしっとしているところもあります。

ブランドを背負っているという意識、「これはうちらしい」と判断できる能力、その精神をアルバイトに伝える能力など、全て店長にかかっています。

早川 店長が変わると、店の雰囲気も変わりますよね。

村尾 特に飲食店の店長はころころ変わるので、その度に雰囲気が変わってダメです。これに関してはオーナーの仕事になると思います。

いずれにせよ、チェーン店によって差があって、その中でもマクドナルドやスターバックスはばらつきが少ないですね。

早川 スタバの雰囲気ってありますよね。

村尾 ほかのコーヒーチェーンだと店舗ごとにばらつきがありますよね。僕も店内を抜き見ているのですが、店長がしっかりしているところは全体的に良いので、店長の存在は非常に重要だと感じます。

早川 それ次第で本当に売り上げも変わってきますしね。

村尾 店長の差で大きいときは10%近く売り上げが変わります。これは、悪い店長だと売り上げが10%近く落ちるといことです。それだけ店長の存在は大きいと思います。

早川 ガソリンスタンド業界はサービスのばらつきが少ないと感じます。セルフサービスにいる人たちも感じが良いですし。

話は変わりますが、最近感じた僕の「BAD」は、分煙がされていないことです。この辺りは、どう思いますか？

分煙できないならば、思い切って禁煙にする

村尾 昨夜も店長たちとの食事会で、「たばこがいかにお客さんを離反させているか」という話をずっとしていました。ここはセンシティブに考えていかなないと、特に女性のお客さんは厳しいです。

この問題は店長がたばこを吸うか、吸わないかで決まるんですね。それなので僕は、煙草を吸わない人間を店長として選んだ方が、売り上げは上がると思います。時代的に吸わない人が増えていきますし、女性の上質なお客さんを集めようと思ったら、煙草に対するセンシティブティはもつと極めた方がいいです。

早川 大手のチェーン店ですと禁煙用、喫煙用の部屋をつくれますが、小さなお店だとそれも難しいと思います。そのような場合、どうすればいいのでしょうか？

村尾 僕は思い切って、禁煙にした方がよいと思います。ロサンゼルスみたいに、市全体が禁煙という場所もあるぐらいですしね。

日本のたばこ業界との政治力もありますが、たばこ業界も今非常に弱体化してきていますので、遅かれ早かれ変わってくると思います。

あと気にするべきは導線です。分煙しても、喫煙席を通らないとお手洗いにいけないのでは意味がないです。そこまで全部考えて、無理だと判断したら禁煙にする。それぐらいいいと思います。

早川 思い切った決断ですね。ありがとうございました。

サンプル版はここまでです。続きは、アマゾンにてダウンロードしてお楽しみ下さい。

店長たちの自分ブランド戦略 第10号【印刷可能PDF版プレゼント付】「Kindle版」

<http://bit.ly/muraotencyo10>

村尾隆介の音声セミナーが2作同時リリース！

店長たちの「自分ブランド戦略」

(本テキストのもととなった音声セミナーです)

<http://www.starbrand.co.jp/services/voice/category/tencho/>

ベストセラー『小さな会社のブランド戦略 (PHP)』の著者・村尾隆介は、企業のブランディングのみならず、個人のブランド戦略にも深く関わっています。

過去10年のキャリアの中、行き着いたひとつの結論は、「店長の姿勢や見せ方次第で大きく変わる」という点です。

キクタスのプロインタビュアー早川洋平さんと軽快なトークで、毎月お届けするこの音声セミナーは、全国の店長やマネージャークラスとして働く社会人、店長を統括する立場にいる方や、小さな会社の経営者の質問から織り成される、いわばオンラインのコンサルディング。

通勤時はこちらのことで、職場で仲間と一緒に聞くのもオススメです。

1. この音声セミナーの内容(企画や時期によって変わることがあります)
1. 最近、お店で感じた「GOOD」と「BAD」
2. オンラインコンサルディング(質問に対する回答)
3. 明日から取り組めるリーダーシップ
4. 店長のためのパワーソングの紹介
5. プレゼントコーナーとエンディング

村尾隆介の「出版deブランディング」

<http://www.starbrand.co.jp/services/voice/category/murao/>

経営者やプロアスリートなどの「個人のブランド戦略」にも深く関わる村尾隆介が軽快なトークで毎月お届けする音声セミナー。「これから出版をしたい!」「出版をしたものの、その後の自分の見せ方に悩んでいる」という全国の方々からの質問を中心に展開をしています。

また、この音声セミナーでは作家・村尾隆介の裏舞台もお見せします。今後の出版計画や、その時代背景、そして制作のノウハウや雰囲気は、ここでしか聞けない話。出版に興味を抱く方には、きつと参考になると思います。

- この音声セミナーの内容（企画や時期によって変わることがあります）
1. オープニング…最近、本屋で感じたこと
 2. 村尾隆介…未来の出版物（仮題の発表と秘話）
 3. 出版に関するリスナーからの質問・回答（オンラインコンサル）
 4. 集中力を高めるためのパワーソングの紹介
 5. プレゼントコーナーとエンディング

発行日 2013年4月30日第1版

著者 村尾隆介

執筆協力 三村真佑美

編集協力 三村真佑美

制作 Textrage 編集部

〒244-0804

横浜市戸塚区前田町 516-1-B-110

MAIL : tr-inquiry@kiqtas.jp

URL : <http://kiqtas.jp/>

©2013 Ryu Murao, Printed in Japan

本作品の内容を無断で複製・複写・放送・データ配信などすることは、固くお断りいたします。