



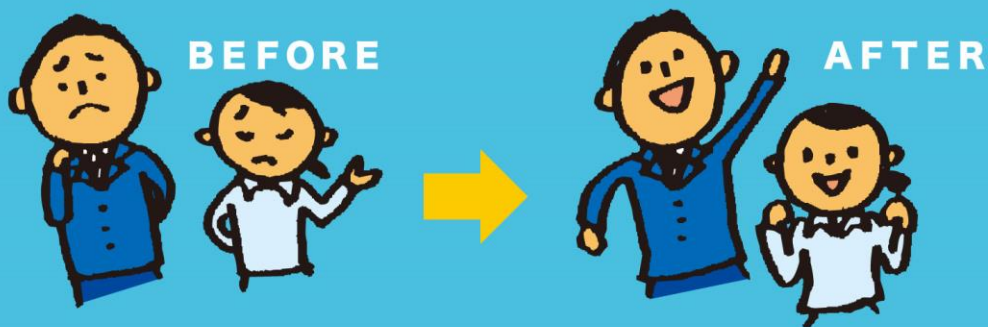
月刊音声セミナー

店長たちの

「自分ブランド戦略」

2

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 お客様との関係をいかに構築すべきか？
お客様のイライラ感を笑いに変えられる店
ユーモアがなければ、いい店になれない
 - 第2章 お客様の立場でモノを考えると？
あなたの考え方は、独りよがりになっていないか？
お客様の時間をもっと大切にしよう
 - 第3章 悩みや相談を解消する誌上コンサルディング
自由な職場に規律を設けるには？
店長とスタッフは敵対関係になってはいけない
店長と部下の年齢の差をいかにして埋めるべきか？
年齢を気にするのは、日本の固有文化？
 - 第4章 明日からすぐにでも実践できるリーダーシップ講座
リーダーシップの土台は人間関係にある
苦楽を共にすることで、生まれてくる強固な一体感
 - 第5章 モチベーションを最大に上げる店長のためのパワーソング
アルバムを購入する理由とは？
- ※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2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。

お客様との関係をいかに構築すべきか？

お客様のイライラ感を笑いに変えられる店

早川 店長たちの『自分ブランド戦略』 創刊第2号です。小さいお店の売上は、店長次第によって変わる。しかも、数パーセントから数十パーセントまで大きく開きがあるということを指摘してくださいました。店長はいかに自分ブランド戦略を考えるかが、重要になってくると思いますが、ブランド戦略を考えているお店、そうでないお店の実際からお話をお伺いできればと思います。

村尾 そうですね。この間、非常にカジュアルな居酒屋にいったんですよ。ビール瓶の箱がイスになっているようなカジュアルさんなんですけれども、ものすごく流行っているんですね。

早川 あ〜いいですね。

村尾 忙しいゆえに、オーダーした品が遅くなったりすることもあるようですが、そこでこのお店はある解決法を考えたんです。

早川 何を考えたんですか？

村尾 A4の紙が店内中に貼ってあって、その紙に筆ペンのようなもので絵が描かれている。

どんな絵かというと、猿が頭の上に手を乗せている絵です。そして「もし、オーダーが来なかったら、このポーズを取ってください」と(笑)

早川 それを見たら笑っちゃいますよね(笑)

村尾 そうですね。本当にそういう効果があるんだろうなと思います。僕なんかも大して遅くなかったんですけども、そのポーズをやってみたと(笑)。普通のお店だったら、ともすればクレームにつながるようなことかも

しれませんが、和やかにになりました。店員さんも「ごめんなさい！」なんていうんですが、「いやいや」なんてこつちも笑いながらいつたりして。写メなんかも撮ってですね、逆にその店長さんやスタッフと仲良くなる効果があるんですよ。

早川 クレームになりそうな案件が、逆にお客様とのコミュニケーションをつくるきっかけになる。

村尾 そうです。やはりこういうのは遊び心がないと思いつきませんよね。店長さんが考えたのかスタッフが考えたのかわからないですけども。遊び心を忘れないことの大切さを感じますね。

ユーモアがなければ、いい店になれない

早川 ところで、村尾さんは常に「遊び心」を大切にしているのですが、その辺のバックグラウンドなんかはあるんですか？

村尾 仕事は真面目にやるもの、真剣にやるもの。それはもちろん大切なことです。しかし、「遊び心」、すなわち、笑いが起こるようなことを対内的にも対外的にも、対スタッフ向けにも、お客様向けにもやってみていくというのをコンサルティングの現場でもとても重要視しています。笑いは世の中を明るくしますし、世の中を活性化するからです。アメリカではユニークでなければ人でなし、ユーモアを言わなければ人でなしというぐらい、ユーモアが言えること、ユニークであることが求められるんです。

早川 なるほど。ユニークであることは、コミュニケーションの第一歩ですからね。お客様がイライラしていたり、動揺していたりするときほど店長やスタッフのユニークさであったり、ちょっとした一言がお客様の信頼感を獲得するきっかけになります。

村尾 そうだと思いますね。

早川 ついこの間、スープストック東京でこんな経験がありました。ランチタイムでお店は非常に混んでいたんですが、私のミスで買ったスープをこぼしてしまったんですね。「うわ、どうしよう！」と焦っていたときに、すぐ店員さんが来てくれて、第一声が「やけどはしていませんか？」と。それだけではなく、注文し直すこともなく、笑顔で新しいスープを持ってきてくれ

ました。お客様をリラックスさせてくれるような雰囲気がとてもいいなと思いましたね。

村尾 それがマニュアルに載っていたことなのか、お店の判断なのか、担当者の判断なのかわかりませんが、その一件でファンになりますよね。

早川 特別扱いというわけではないのですが、すごく大事にされた感じがして、何があっても行こうと思えましたね。

村尾 ところで、こぼしたスープと同じ種類のものが出てきたんですか？何も言わないのに？

早川 そうですね。

村尾 じゃあ、オーダーを調べたか、こぼしたものを拭いているときに、このお客様にはこのスープ持ってくれば良いと判断した。それもすばらしいですよ。しかも混んでいる時間に。社長の遠山さんに伝えておきます(笑)

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2号【印刷可能PDF版プレゼント付】「Kindle版」

<http://bit.ly/muraotencyo2>

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/tancho/>

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年のキャリアの中で、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。

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、きっ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. 集中心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 2012年5月10日第1版

著者 村尾隆介

執筆協力 宇治川裕

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@kigtas.jp

URL : <http://kigtas.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。