



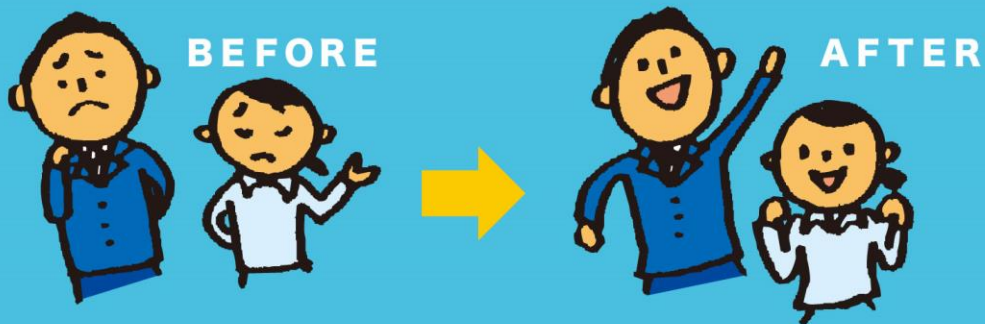
月刊音声セミナー

店長たちの

「自分ブランド戦略」

4

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 プライド、プロファイリング……仕事における最重要キーワード「P」とは？
  - タクシーのサービスはエリアによって異なる
  - サービスのプロファイル技術は必要だ
  - プライドを持って仕事をする必要性
  - 店長のためのリーダーシップQ&A
  - 教育の時間を取るためにはどうすればいいのか？
  - 教育ルールづくり
  - 離職率を減らすためにはどうすればいいのか？
  - 採用にもブランドを確立せよ
  - 明日からのリーダーシップ講座
  - 身体もリーダーシップのひとつである
  - 女性のリーダーはどこに気をつけるべきか？
  - 身体の部分から全体へ
  - 店長のためのパワーソング
- 第2章 音楽界のみならず、ビジネス界にも影響を与えたバンド
- 第3章
- 第4章

※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4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。

**プライド、プロファイリング……仕事における最重要キーワード「P」とは？**

タクシーのサービスはエリアによって異なる

**村尾** 僕は出張が多くて各地でタクシーを利用することが多いんです。タクシーの中で電話をかけたなり、メールをしたり。時間短縮のためにタクシーを使っているんですが場所によってタクシーのレベルは全く違うんですよ。しかし、最近では言われなくても必ずレシートを出してくれるドライバーが増えてきましたね。僕はプライベートでもタクシーを使うときがあるんですが、そういうときはレシートはいらないといいます。そうするとタクシーの運転手がこういつてくれるんです。「いやいや、もらってください。後で忘れ物があったときに役に立ちますから」といって僕にレシートを渡すドライバーさんが必ず増えてきたんですね。残念なのは、首都圏エリアだけなんです。地方のタクシーはまだまだそういう意識は薄いんです。限られたエリアだけですけれども、忘れ物があったら困るからといってレシートを渡す習慣。これはタクシーだけではなくて、お店でもやったほうがいいですね。

**早川** 首都圏がサービスについて先んじているというお話がありました。が、やはりそういった傾向は強いんですか？

**村尾** 業界によって違うと思いますね。たとえば、飲食店なんかでは地方都市の飲食店がサービスについては素晴らしいノウハウを持っている場合があります。特に30万人以下の地方都市でリーダーが多い飲食店などは、そのノウハウを持って東京に進出したほうがいいといわれています。東京も麻布なんかで出店すれば、人口が多いので自分の実力ではなくても売上が立つということが多い。そこからリーダーがいなくなると売上が落ちていくということがよくあるんです。

**早川** タクシーのサービスが向上したのは、いろんな人を乗せる機会が多いというのもあるかもしれませんね。

**村尾** タクシーの場合はその都市の1社が基準を決めるんですね。タクシー業界は横並びの業界ですから値段も同じだし、サービスも同じ。です。で、1社が新しいサービスを導入するとその都市のタクシーのサービス水準が上がるという仕組みなんです。僕の本によく出てくる岩手のふるさとタクシーという会社がありますが、彼らは「流し」か「呼ばれる」しか集客方法がありません。だから一生懸命頑張ってサービスを向上させたんですね。そうすると他のタクシース会社もそのサービスの基準に追いつこうとする。なので、今は盛岡のタクシールレベルはすごいんですよ。これと同じことが福岡でもあります。福岡にはトマトタクシー(通称トマトク)という会社があります。トマトクのサービスは半端じゃないんで皆、横並びだった会社も「これはヤバい」とトマトクに基準を合わせてきました。だから福岡のタクシーのサービスは素晴らしいんです。一方、タクシーのサービスがひどいところもありますね。

**早川** そういふところは、なぜサービスが悪いのでしょうか？

**村尾** 腰掛的な職業になっているということもありますね。プライドもなく、人の命を運んでいるという意識がない地域は、サービスにも反映されていますね。では、早川さんが見て「いいな」と思う経験を教えてください。

**サービス業にプロファイル技術は必要だ**

**早川** 昨日、神楽坂のイタリアンレストランに行きました。そこは10人ぐらいいしか入れないお店なのですが、食事やお酒をサーブしてくれるときにイタリア人の店長が絶妙なタイミングで説明してくれるのです。何がいいのかというところ、説明することではなくて説明するときのお客様の空気を読んでいくということ。説明が目的になってしまうところはいきません。空気を読んでもらっているとお客様は大事に思ってもらっていると感じる。だからまた行くのかなと感じるんだと思います。

**村尾** 彼が実行しているのは、プロファイリングの技術じゃないですか。どういふ関係でなぜここに来ているのかを服装とかトークとか、雰囲気を見ている。だからこのタイミングで言ってあげた方がいいというのを全部計算しているはずなんですよね。いい店長になる、いい社員になるというのはプロファイリングの技術がものすごく重要になります。

たとえば、ヘアサロンでもパツと入って来たお客様を靴や持ち物とかを見て判断しろと言っています。仕事かお休みかどうかそれで判断しろという風に言っているんですね。

さきほどのタクシースの話も同じなんですけれども、レシートを渡して当たり前のシチュエーションは絶対にある訳ですよ。僕がジャケットを来て、アタッシュケースを持っているたら、初めからレシートを渡した方がいいと思うじゃないですか。それなのに渡さないというのは僕からしてみればあり得ないことですね。パツと見て感じる、空気を読むというプロファイリングの技術はぜひ店長とかリーダーになる人は磨いて欲しいなと思います。

**プライドを持って仕事をする必要性**

**早川** 僕は娘が3歳なんですけれども、この間、回転寿司に初めて連れて行ったんですね。僕は「えんがわ」が好きなんですけど、回転寿司だと単に「えんがわ」と表示されていると、ヒラメではなくて、カレイの代用魚のえんがわが使われている場合が多いんですよ。だから、何のえんがわがわかつたのの人に聞きました。すると「いや、ちよつと……わかりません」といわれたので、握っている板さんに後で聞いてくださいと伝えました。するとその板さんもわからないという(笑)。何の魚かわからないものをお客様に出すのはいかがなものかと思えます。

**村尾** やはりちゃんとできているレストランは今日のオススメを皆で食べて、自分なりのオススメのポイントを考えていますよ。食材のこととかも放射能のこともあるから、産地を聞かれたら答えなければいけない。でも、すぐには答えられない。今日はPつながりだと思えますけれども、プロファイリングとプライド。仕事に対するプライドがなさ過ぎですよ。そういう人ばかりのお店は限界が見えている。僕は仕事柄いろいろな見本市に行くんですけども、見本市は趣味みたいなものですが、東京と大阪でシーフードショーというのを毎年7月と8月にやっています。これはいわゆる回転寿司に使う寿司ネタとか加工業者さんとか商社の方が集まって見本市をやるんですけども、これはパンドラの箱シューと思います。いろんなものを集めて、それらしくネーミングをしてそして寿司屋に流通させるといふのがすべて見えるショーなんです。ぜひ、早川さん一緒に行きましょう。これで「えんがわ」の秘密がわかるはずですよ(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4号 【印刷可能PDF版プレゼント付】 「K  
indle版」

<http://bit.ly/muraotencyo4>

## 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。

通勤時はもちろんのこと、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 2012年7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@kiqtas.jp](mailto:tr-inquiry@kiqtas.jp)

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

c2013 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。