



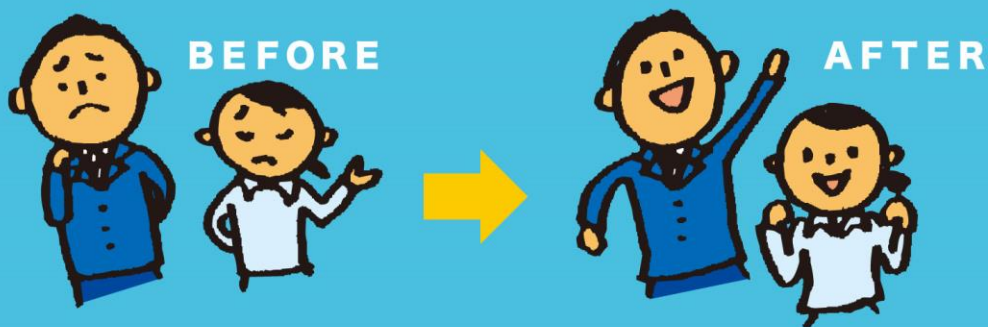
月刊音声セミナー

店長たちの

「自分ブランド戦略」

8

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 モノを売るにはルックスに気を遣え  
カッコよくないと、お客は信用しない！
- 第2章 リーダーとして輝くためには努力が必要  
行動の棚卸しをして、時間をつくろう  
1年に1度、安息日をつける  
呼び方一つで関係性が変わる  
明日から始めるリーダーシップ講座  
「お願いします」と「ありがとう」
- 第3章 店長のためのパワーソングの紹介  
自分の力で成り上がるハングリースピリット
- 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8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。

### モノを売るにはルックスに気を遣え

カッコよくないと、お客は信用しない！

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8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 この音声セミナーの内容について、改めて教えてください。

村尾 僕は、リーダーは自力で自分をブランド化し、人を集めるべきだと考えています。タイトルには店長とついていますが、これはスーパバイザーや会社のマネージャーなど肩書は問いません。この音声セミナーを通じて、みなさんがより良い自分の見せ方を学べれば、と思っています。

早川 最初のコーナーは何ですか？

村尾 オープニングトークでは、僕と早川さんが消費者として感じたお店の「GOOD」または「BAD」についてお話しします。

早川 村尾さん、今月の「GOOD」または「BAD」はありますか？

村尾 僕は職業柄、お店の戦略をよく見るのですが、ルックス重視で採用をするお店があるんですね。

早川 確かにありますよね。

村尾 当然のことながら、消費者として悪い気はしません(笑)。勧められて購入してしまう率も、はるかに高いと思います。お店の売り上げ向上と共に、分配率が上がり、スタッフはより自分のルックスを磨くため自己投資

をする。この好循環はとても良いと思いますので、「GOOD」を与えたいと思います。目鼻立ちではなく、人前に立つという意識のもと、身だしなみに気を遣っているお店にはすべて「GOOD」です。

早川 トータルな意味でのルックスですよ。

村尾 反対に、これをしていないお店は当然ながら「BAD」となってしまいます。ほかのレベルが高い場合、ここを考えていないのは残念です。

早川 美容院とかリフレクソロジーなど、人の「美」に関わる職業の人たちが、あまり気にしていないこともありますよね(笑)

村尾 僕は西日本を中心にヘアサロンのお手伝いをよくしますが、美容院もここ10年売り上げが落ちていっているんですね。そのため、客単価を上げようと物販に力を入れ始めました。しかし、髪を切りながらワックスやシャンプーを勧めますが、なかなか売れない。そんな悩みが僕の元に届きます。

ところが、僕からしてみれば「そりゃそうだろう」と思う場合が多くて、スタッフが髪の毛の毛ブリンの状態を勧めていることもあるんですよ。ルックスに気を遣っていないあなたに勧められても、誰も買わないのは当たり前。

物販に力を入れた場合は、まず自分たちの見た目に気を遣う。そういうお店は、本当に顕著に伸び始めるんです。

早川 それが一番費用対効果も高そうですね。

村尾 今後、国力が下がるといわれている日本では、アルバイトやパートタイムのような仕事でもどんどど得るのが難しくなるといわれています。その時、ルックスに気を遣っている人の方が採用されやすいはずですよ。今までは店長やリーダー限定でルックスについて言及してきましたが、今日は雇われる側も見た目に気を遣うべきだと主張します。

早川 話は変わりますが、この間、ネットで数百円のUSBメモリを購入入しました。すると、商品到着時に、わざわざ手書きのメッセージが同封されていたんです。ネットというと無機質なイメージがありますが、リアルのお店のような温かみに触れられて、そのギャップがすごく刺さりました。こういう時代だからこそ、そういう良い意味でのギャップが必要とされていると思います。

村尾 先ほどから僕は「ルックス」と言っています。その中には器量よしとか愛嬌があるなどの意味も含まれているんですね。顔の見えないネットの世界では、手書きのメッセージなどが器量よし、愛嬌があるという意味になると思います。

早川 今回は村尾さんに「トータルな意味でルックスが大事」とうまくまとめていただきました。ありがとうございます。

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8号【印刷可能PDF版プレゼント付】  
「K  
idle版」

<http://bit.ly/muraotencyo8>

## 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、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@kigtas.jp](mailto: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。