

毎月1回、ビジネスのお役にたつ情報をおとどけいたします。



U-mic News

ユーミックは、さまざまな得意分野を持つ
コンサルタントが集まったスペシャリスト集団です。

Vol.9

Monthly voice

時代の移り変わりにより、消費者の志向は変化します。今まで支持されてきた商品が、時間が経つに連れ、支持されなくなることは度々あります。企業は常に「時代の流れ」と「消費者の志向」の変化に合わせて、商品を変えていく必要があるといえるでしょう。それは、長い歴史を持ち、高いブランド価値を持った企業でも例外ではありません。創業100年の老舗であっても、それに胡坐をかき、時代の変化に対応できなければ、未来に歴史を刻むことができない事態に陥るかもしれません。100年の歴史は、決して100年の未来を担保するものではないのです。歴史が長いものと言え、神社仏閣がありますが、先日、ある神社のお守り売場を見ていると、「交通安全」や「合格祈願」といった、普段見慣れたお守りの中に、キャラクターを使用したものを見つけました。神社関係の方にお話を聞いてみたところ、最近話題になっているとのこと。若い人や子供にとっては、なかなか神社は馴染みが薄い存在で、なかなかお参りに行くこともありません。そうした中、キャラクターお守りをきっかけに若い人にも神社に興味を持っていただくという試みとのことでした。保育園や幼稚園などは、通園カバンにキーホルダー等を付けてはいけないところも多いそうですが、お守りなら大丈夫な場合も多いそうです。神社という、歴史があり、マーケティング等には無縁と思われる業界であっても、将来的な顧客を意識して新しいことに取り組んでいます。商売成功の為に、神社にお参りして神頼みする方もいらっしゃるかもしれませんが、お守り売場にも色々なヒントが隠されているのでお忘れなく。(渡貫 久)



Monthly Book review

リッツ・カールトンで学んだ仕事でいちばん大事なこと 著者：林田 正光 出版者：あさ出版

先月ご紹介したリッツ・カールトンホテルの元営業統括支配人が書いたリッツ流仕事のノウハウ本です。ときに神秘的とまで言われるサービスとはどんなものであるのか、またサービスを提供する従業員をどう育成していくのかなど、感動を呼ぶサービスを生み出す秘訣が書かれています。さらに、利益を生むには顧客満足の向上が必要であるとし、そのための取り組みについても紹介されています。私は百貨店在職中にこの本に出会い、経営理念をもとにサービスを具現化していくという経営の基本を知りました。そこから経営について興味を持ち診断士を志した経緯があり、私の思い出の一冊です。接客・接遇や従業員教育に興味のある方、リッツに興味のある方や宿泊予定の方などぜひご一読ください。(小倉 綾)



リッツ・カールトンで学んだ
仕事でいちばん大事なこと
¥1,470





吉田 英憲 大手電機メーカーでITソリューションの営業、市場調査、経営企画などの業務を経験。現在は、ビジネスプランの作成支援の他、採算分析を踏まえた赤字企業の立て直し、業務効率化（IT活用含む）、後継者の立場に立った事業承継などの支援を行なっている。中小企業診断士 行政書士
Yoshida Hidenori



●の利便性は高まり、顧客の商品や店舗に対する満足度レベルが向上

しています。そして、顧客よりも深い知識を持ち、臨機応変に分かりやすく伝えることができるかどうかは顧客の満足度に大きく影響を与え、業績を左右します。セールストークの作り込みは業績を問わず、お金をかえずにできる効果的な販売促進の手段として是非実行していただきたいです。

小倉 綾 百貨店に入社後、仕入、販売や在庫管理販売促進の企画、運営、販売員教育業務や首都百貨店とのコラボレーションショップ店長として新規ショップ立ち上げを経験。現在、流通業やメーカー向けに販売促進や売場改善を中心としたコンサルティングをおこなっている。中小企業診断士
Kokura Aya