

どんなときでも稼ぐ社長の経営習慣(第7回)

一番厳しいお客さまの目で自社を見る

2022.07.29



私は経営コンサルタントとしてたくさんの会社に顔を出させていただいています。会社が伸びるか、それとも沈むかの決定的ポイントは、言うまでもなくお客さまからお金をいただいている商品やサービスですが、ちょっとしたところで分かる場面も意外と多いものです。

例えば会社を訪問したときに、受付で気付く場合があります。大きな会社は受付に人がいるのですぐに対応してもらえますが、中小企業には電話が置いてあるだけというケースが少なくないのではないのでしょうか。どこの部署に電話をかければいいかが分からないと、戸惑いますよね。

こんなときによくあるのが、こちらの用件とは関係ない社員が知らん顔をして素通りしてしまう場面。それに対して、通りかかった社員が「ご用件を伺っていますか」と声を掛けてくれる会社もあります。もちろん前者が沈む会社で、後者が伸びる会社です。

この2つの会社の違いは、社員が多方面に関心を持っているかどうかの差です。仕事で頭がいっぱいで心の余裕がないのか、それとも満足な社員教育がされていないのか。いずれにしても、社員が素通りする会社は成長が期待できるとはいえないと思います。自分を訪ねて来たお客さまではないから関係ない。そんな感覚から透けて見えるのは、自分が会社に所属する一員であるという意識の欠如。会社全体を考えれば、すべてのお客さまに丁寧に接するのは当然ということに気付くはずです。

こんな出来事もありました。地下鉄の駅のホームに降りて、地上に向かうエスカレーターに乗ったときのことです。改札を抜けるとある大手電機メーカーの本社ビルがあり、そこにつながるエスカレーターの両脇に同社の広告が出ていたんです。気になったのはその内容で、もう夏を過ぎて肌寒くなりかけているというのに冷房機器を宣伝していました。

この電機メーカーの社員は駅の自社製品の広告を毎朝何百人、場合によっては1000人以上が目に見ていると思うのですが、季節に合っていない広告に気付いていないのか、それとも気付いても自分には関係がないと思っているのかもしれないと思いました。しばらくしてその電機メーカーは業績が悪化し、この本社ビルを売却してしまいましたが、この件があったので私は勝手に納得してしまいました。

「研修中」の名札は内部事情を優先しているだけ… 続きを読む