

社内情報伝達力を高める ③

皆様のお店では下記のようなケースが頻繁に起きていませんか。

店長を含む経営幹部の方々が、店舗事務所からホールのセキュリティカメラと連動したモニターを見た際、お客様の遊技台でトラブルが発生していることを確認して、現場スタッフにインカムで指示を出したにも関わらず、現場スタッフが指示通り動かなかつたということ。

恐らく、多くの店長を含め経営幹部の方々がご経験されていると思います。なぜ、このような問題が発生してしまうのでしょうか。答えは、単純です。店長は、トラブルが発生している現場にはおらず、映像としてトラブルを目視しているから。つまり、不必要な情報は排除された状況で、分かりやすく考えられる思考回路となっているからです。もっと分かりやすくご説明するため、相撲の実況中継という具体的な事例で考えてみましょう。同じ対戦でも、テレビの実況中継とラジオの実況中継のアナウンスは全く異なります。テレビの実況中継では映像として見ている

ため、視聴者にわざわざ伝えなくてもいい不必要な情報があります。一方、ラジオでは音声のみでしか起きている事象を想像することができないため、聴取者のスムーズな思考回路を生み出すためには、情報を事細かに伝える必要があります。

インカムの指示の仕方と相撲の実況中継の仕方には類似点があります。置かれていた状況に応じて、伝えるべき情報と伝えない情報を区分けする必要があります。もし、その区分けができていなければ、映像を見ている自分自身では理解できていても、映像を見ている相手側には一切伝わらないという問題点が発生します。

社内情報伝達力を高める中級編の取り組みとして、自社内のミーティングで、ある一人のスタッフがスポーツの実況中継の映像だけ(音声なし)を見ながら、映像を見ていないそれ以外のスタッフに、言葉だけで実況中継してみてください。訓練を重ねることに、各スタッフの中で伝えるべき情報と伝える必要がない情報が明確化できるはず

です。その明確化ができれば社内情報伝達力は高まり、例えば冒頭で事例に挙げたインカムでのスタッフ間のやり取りにおいても効果的な運用方法ができ、トラブルが発生した際に、お客様に対してストレスを与えない迅速かつ適切な対処方法ができるはずです。

社内情報伝達力の不足によって、現場ではお客様への情報伝達力が低下して、無意識に集客低迷を自ら引き起こす様々な事象が起きています。「社内情報伝達力」は「お客様に対する情報伝達力」という方程式は確実に成り立ちます。その方程式を理解するかしないかで、お客様の行動につながる情報発信になるかが決まります。ぜひ、社内情報伝達力を永続的に高める意識を持って今後取り組みをお勧めします。



のじま・たかのり 1983年三重県生まれ。北海道教育大学卒。全国のパチンコホールを年間1,000店舗以上調査し、その中から高稼働店に共通する法則を見つけ出し、「情報伝達力」と定義。お店の「情報伝達力」調査の分析に基づき、お客様目線の徹底と継続の重要性を、支援先ホールの全スタッフと共有し推進する。『お金をかけない! スタッフの情熱と知恵で劇的に変わるお店づくり』を目指している。nojima@pachinkotenshoku.com <http://www.hpa.co.jp/>