

今、スタッフにとって必要なこと①

今回は、高稼働店を創り上げている現場スタッフの「伝達力」に焦点を当てます。

まず、分かりやすく順序立ててお伝えするために、サービス業全般の売上を創ることのできる優秀な現場スタッフとは、どのようなスタッフなのか考えてみましょう。売上を上げることができるスタッフを因数分解すると、以下のようになります。

売れる現場スタッフ＝「サービスマナー」
×「商品知識力」×「提案力(伝達力)」

つまり、3つのカテゴリー全てを満たすことが、「売上を上げるスタッフ」の必要条件となります。例えば、家電量販店に行き、液晶テレビを購入しようと考えた際、スタッフの笑顔やお辞儀・挨拶などの「サービスマナー」が極めて高いレベルにあったとしても、即断即決で商品を購入しないはず。その他に、様々なメーカーの液晶テレビの幅広知識があり、「テレビ好きで忙しいあなたは、多重録画機能のある〇〇

メーカーの液晶テレビ」など、自分の用途に合わせて提案してくれてこそ、購入するかどうかを決める判断ができるはず。

では、パチンコ業界ではどうでしょうか。約1年前であれば、イベントを実施できたため、スタッフ力とは異なる、店舗の総合的な力が大きく付与して売上を上げることができました。しかし、広告規制以降の流れの中では、店舗の総合的な力は一部のブランド力のある店舗以外は、機能しづらくなっています。つまり、集客向上のためには、スタッフ個々の力が大きく付与する時代に突入しているのです。

しかし、多くのお店の売上を上げるための施策を見ていると、大小を問わず設備改装によるリニューアルオープンの実施、または「サービスマナー(接客力)」強化のみに注力しています。確かにこれらは、集客向上のために必要な要素の一部かもしれませんが、しかし、現象レベルにいくら着手しても、一時的な集客効果しか生みません。永続的な売上を上げるための真実セオリー

に目を向けることが必要です。

今まで、ほとんどのパチンコ店のスタッフは、営業マン(営業ウーマン)ではなかったのかもしれませんが、今こそ自店の魅力を明確にお客様に伝達できる、伝達力の高い営業マンを店内に一人でも多く輩出することが、集客向上につながるはず。

スタッフを営業マンとして変革するための最重要なポイントとして、営業マンにとって不可欠な「提案力(伝達力)」は、自店の「商品知識力」の再認識・再構築と深く結びつきがあることをご理解下さい。お店によってパチンコ店の商品を再認識・再構築できれば、間違いなく「提案力(伝達力)」に活きてきます。今回は、その具体的事例をお伝え致します。

▲



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/>