

## 塾長の独り言 NO98 H20.4.15

### 新入社員と共にベンチマーク研修しました！」

昨日、安並社長の井関産業さんの今年の新入社員5名と共にベンチマーク実習に行ってきました。ベンチマーク先は、新宿伊勢丹とプランタン銀座に行ってきました。

同じに全く異なるコンセプトの繁盛しているデパートを見てみると面白いですね。

皆さんは、伊勢丹メンズ館に行ったことはありますか？

有名な靴売り場 (伊勢丹では売り場を「お買い場」と言います！)は地下1階にあります！すごいですよ。

フロアの半分が靴売り場です！

社員、スタッフもセンスがよく、人数もかなり多くいます。

ちなみに私は1000円のオリジナルの靴墨を買って見たら、わざわざプチプチで包んでガラス容器が割れないように気遣いをしてくれました。

・・・お！やるな！」少し感動しました！

又、本店の地下のワイン売り場もすごいですよ。

洋酒は何とテイastingが出来るバーもありました。・・・かっこいいな！」

到る所にCS (顧客満足策)のヒントが満載です！

是非とも経営者 幹部はベンチマークすることをお勧めいたします。

銀座プランタンは伊勢丹とは顧客ターゲットがまったく異なり「若いOL」です。

当然、売り場や商品、そしてスタッフの服まで・・・驚くように違うのです！

ターゲットがOLですから、男性向けの商品なんて全くありません。

色もカラフルで、価格帯もOL向けにリーズナブルですね。

ベンチマークのやり方は3つの目で見ること(視 観 察)大局 分析 化身

そして、システム思考です・・・すべては「目的」と「要素」で出来ている！

「目的」・・・コンセプト(一言で表現すると～)・・・つまりは「どんな価値を提供するのか？」

「要素」・・・顧客 商品サービス スタッフ 設備・システム

このようにすべてを全体から部分に細分化して検証してみると違いがわかります。

このベンチマークの訓練を一年繰り返すことによって、自然に戦略思考が身につくはずですよ。

最終的にはビジネスの現場において、体系的な問題解決策を提案できるようになれると思います。

井関産業さんは昨年のワークアウト研修の中で、「自社は新入社員の育成プログラムがまったくない！」というテーマが浮き彫りになり、社員さん達が委員会を作成して一年間の「新人育成プログラム」を作り上げました。・・・すごいですね！(作成した本人達が一番勉強になったようです)

そして今年、そのプログラム(OJT・オフJT)がスタートしています。楽しみですね。

### <コメント>

先輩社員さんが作り上げた新人育成プログラム・・・スタートですよ！

きっと一年後には新人も大きく成長していることが想像できます。

一年後の「ありがたい姿」「あるべき姿」をイメージして作成されたことと思います。

マーケティングも経営も人材育成も、すべてが同じですね！

「ポリシー」を明確にして、「顧客イメージ」を絞り込み、「ストーリー性」のある企画を立案する！