

# メンター通信

第61号

発行元

メンターシステム(株)  
TEL059-398-0123  
FAX059-398-0153

## 悩みを解決するための魔術的公式

昨年十一月末、携帯に自宅から電話がありました。長男が怪我をして救急車で運ばれたのです。

お蔭様で年末1回目の手術を終え退院してきました。

退院はしてきたものの松葉杖を付いて、1月末までリハビリに通院をしなければなりません。

ところが足を地面に付いてしまうとまた手術ということになりかねませんので、バスで通院は難しくと家族で話し合った結果、タクシーで通院することになりました。

いざ始めてみると毎回現金で何千円を支払っていかなければなりません。長男は就職しているとはいえ、まだ未成年、1ヶ月分まとめて支払ができないかと模索しておりました。

そこで、私はタクシー会社に電話をしてみました。

事情を話して、「1ヶ月分をまとめて支払



本当に困っていました

でねるよじりできなぐでじょうか」

そうしたらけんもほろろに、「現金しかやっくないな。」でした。仕方がないのでインターネットでタクシーチケットのようなものがないか調べて別のタクシー会社に電話をしました。

電話をしたのは2社ほどですが、電話を受け付けた人が全くこういシステムを知らませんでした。私はインターネットを見て話していましたので、プリペイドカードのようなものや、クレジットカードのようなものがあるようですがと誘導尋問までも、「ちょっと待ってください」の繰り返しでした。

結局、どの会社も面倒くさそうな対応で、なんとかこの電話を切りたいというのはみえみえでした。

なぜ、そう思ってしまったかと言いますと、こちらの事情を一切聞こうとせずプリペイドカードはこういうものだから、クレジットはこういうものだから。説明するだけなのです。

私の要望は、2つです。

①1ヶ月まとめて支払をしたい。②保険のため領収書が欲しい。たったこれだけだったんです。

別に先に払っても良いし、それほど難しいことではないと思うのですが、結局私の要望は受け入れられませんでした。

タクシー会社にしても、空の車を走らしていることを思えば、1ヶ月確実に使ってくれる客なのになんて馬鹿な対応をしているなあ。と少々憤慨してしまいました。

しばらくして、家内に「現金を用意せなあかんなあ」と言ったら「あれね。まとめて払っていいと電話があったよ」

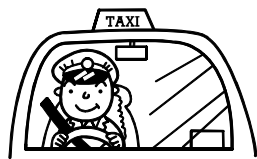
いともあっさり、けんもほろろに断ってきた最初のタクシー会社から電話があったのです。

私は思わず。「不景気っていいねえ」なんて思っていました。

なぜ最初から、「事情はよく分かりました。少し検討させてください。」「と言ってくれないのでしょうか。私は不思議で仕方がありませんでした。

たまたま他の会社の対応が悪かったから良かったもののよくお客さんが逃げていかなかったものです。

「不景気だ。この先どうなるんだろう。」「なんて思いを巡らせるのもいいですが、経営の基本が全く出来ていないというところがあるのではないのでしょうか。



空車よりお客の要望です

ちょっとしたことでもいいんです。お客さんの立場になって考えることですね。

例えば、こんなことがありました。

私は複写ハガキというものを使っています。

複写ハガキを書くには、ブルーのカーボンが必要になります。

最近あまり使われないので、置いてある店がありません。そこでいつも10枚まとめて注文をします。

ところが消費するのも遅いので、「どこで注文をしたか」をいつも忘れてしまい店を探しまわる始末です。

年末私はそのカーボンを買いにいきました。

支払いを終わって、先程のことを思い出し店を忘れてしまわない工夫をしようと

「すみません。電話番号をその袋(10枚入

りの)に書いて頂けますか。」「

そうしたら

「えっ？電話番号ならシートに書いてあ

りますが「事情を説明しても返ってきた言葉

は、「分かりました。市外局番なしでいいで

すね」



自分の効率より  
お客さんの便利

私は、携帯電話を良く使うので市外局番3桁くらい書いてもいいじゃないか。と心の中でつぶやいて「いいですよ」と答えました。私は帰ってから、その店の名前と市外局番を付け加えたのです。その店員さんは決して悪気があった訳ではありません。いつもの癖で言っただけだと思います。それが私は返って怖かったです。

いま経営が置かれる環境は誰も体験をしたことが無い状況です。

もしそんな状況に悩んでいたら、空調業界を開発した天才技師ウィリス・H・キャリア氏が



が実践した『悩みを解決するための魔術的公式方法』に従ってみるのも一つの方法です。

- 一、「起」の最悪の事態とは何か」と自問する(1)。
  - 二、やむを得ない場合「は、最悪の事態を受け入れる覚悟をする(2)。
  - 三、それから立ち回して最悪の状態を好転させるよう努力する(3)。
- (二)フルカーネギー道を開ける(4)

私の場合この3つの質問の結果は、  
基本に戻って顧客対応を位置から見直す。

ランチエスター弱者の戦略を効果的に伝える。

この2つにたどりの着きました。結局基本に戻るといいことでしょうか。(笑)

皆さんは、如何でしょうか。

### 昨年末にお金を掛けず売上を36%向上させた法

今年度より四日市商工会議所さんが行っている地域力連携拠点事業のお手伝いをさせて頂いております。

この事業はいろいろな企業さんの相談に無料で乗るわけですが、私は業績を上げるとか。営業に関することなどが特に多くあります。昨年の9月に商工会議所さんから、「刃物屋さんなんですけど、この夏くらいから特に業績が落ちてきてなんとか打つ手は無いか。」という連絡がありました。

指導員の方に、話をお聞きするとそのお客様は以前にも専門家の指導を受けたが、あまり効果がなかったため、それほど期待はしていないとのことでした。

裏を返すと「即効性のある対策はないか」ということだと私は思いました。

こういう場合は、ひとまずお会いしてみても、どういったストーリーで進めれば信頼してもらえぬかを考えます。



「硬いものに力一杯入れて切るのは怖いです。」  
 「だったら切ったものが繋がっていたりするのでも、ちょっと避けたいですね」なんてやりとりしながら出来た最初のアイキャッチ用の「ピー」が『なんで、このネギつながっているのー?』でした。続いて呼びかけです。

『お料理が大好きな奥様と包丁で困っている奥様へ朗報』  
 そして本題に入っていきます。

『いつも通り包丁を使っているはずなのに、切れていない。この間包丁を研いだのにも切れなくなっている。そんな経験はありませんか。これは奥さんのせいでも、切れないネギのせいでもありません。』

こんな具合です。

結果は、予定人員12名を超えた結果になりました。

講座を10月に開催し、12月の売り出しに突入した訳です。

この年末売り出しの広告の校正を全面に渡って行う時間がありませんでしたので、考え方だけ伝えて後は社長と広告代理店



セミナーは大成功でした

の方にして原稿を作ってもらうことにしました。その内容を私の方でアドバイスするという形でした。

私の採点では68点というところでしたが、なんとこのチラシが対前年36%のアップだったのです。

うん。偶然かもしれませんが。(笑)

そんなことがあり、しばらくしてその方のお知り合いからも四日市商工会議所さんへ連絡がありました。

今度は楽器屋さんです。

詳しくは紙面ではお伝えできませんが、毎年休眠客にハガキのダイレクトメールを出されていたそうですが全く反応が無かったそうです。そのハガキを先程の要領で書いたところ、45通出してそのうち2名の方から直ぐに注文の電話があったそうです。

その後フォロワーの電話をしたところ、3名の方が検討中だそうです。私はこの結果が出た一つの理由は一貫してランチエスター弱者の戦略に基づいて考えてきたからだと確信しています。

その戦略のコンセプトは、接近戦です。

つまりお客さんに一歩近づくということです。

例えばお客さんの気持ちになる。実際にお客さんに説明する機会や商品を作る。チラシに呼びかけを入れる。似顔絵を入れる。

