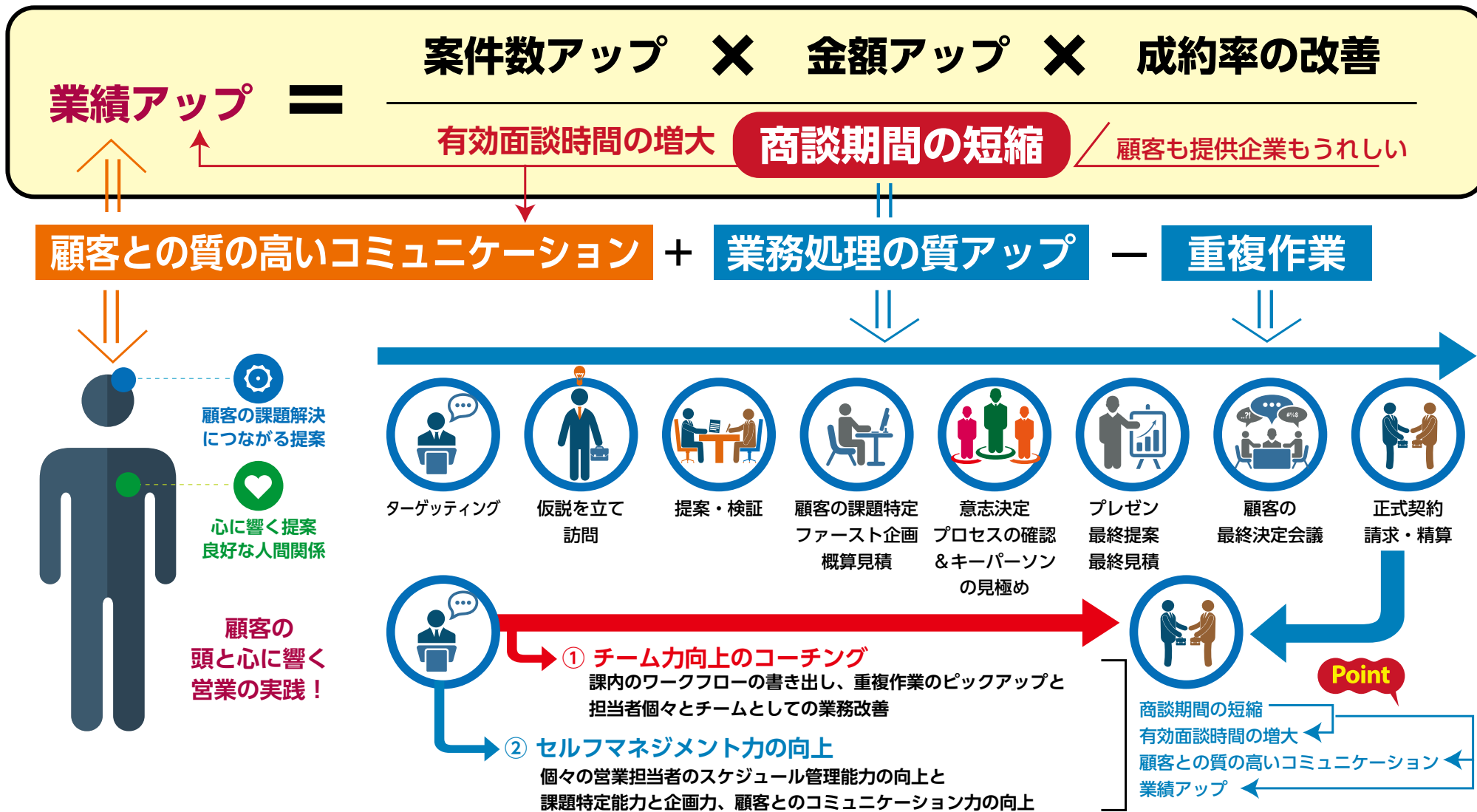


業務改善は自社の都合ではなく、顧客ファーストの視点で実行
 企業は収益を上げることによって成り立っている以上、「顧客ファースト」。顧客の満足度を達成できずに、一方的に「働き方改革のため、納期や約束を守れませんでした」「サポートが手薄になりました」という言い訳は通じない。従って、業務改善は社内の業務を見直すだけでは達成できないし、作業スピードを上げるだけという単純なものではない。しかも、昭和の時代より続いた「働けば働くほど業績が上がる」という商慣習を一朝一夕で打破することは並大抵ではない。

業務改善を方程式で表すと、業績アップの方程式のうち「商談期間の短縮」の部分に該当する。その方程式は「顧客との質の高いコミュニケーション」+「業務処理の質アップ」-「重複・無駄な作業」となる。つまり、「顧客の満足度を向上」+「効率的な業務プロセスの実現」の両立を図るという最難関なテーマをクリアしていく必要があるわけだ。それではどのように解決していけば良いのか？それは1人ひとりの処理スピードとクオリティを向上させると共に、チーム全体で利益につながらない重複・無駄な作業の洗い直しから始めることになる。



顧客ファーストだが、いつの間にか提供側がリードして、顧客を良い意味でコントロールするのが最高のスタイルの業務改善

自分がコントロールすると言っても「顧客が心地良い」と感じるスタンスで、実行するスキルが必要だ。
 そのためには次の視点で、営業担当者とチーム全体で業務改善に取り組んでいく必要がある。

企業

顧客

チーム力向上のコーチング

顧客が気持ち良く感じるクイック・レスポンス体制の提供



- 個々の担当者の業務処理のスピード・質のアップ
- チームとしての重複・無駄な作業の特定を行い、ロスを削減することで、業務生産性を向上させる
- CS のレベルアップ



- 心地良い電話・メール対応
- 電話越しにも活気が伝わってくる社内のいい雰囲気
- 希望・質問に対するスピード対応
- 見積・契約・精算の迅速な処理
- 万が一の時に対する迅速な対応



セルフマネジメント力向上のコーチング

顧客が「この担当者に頼もう！」と思わせる営業担当者の輩出



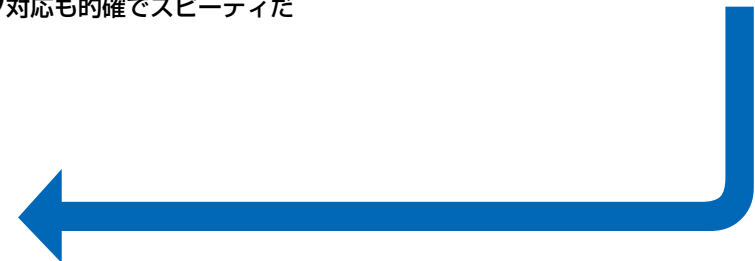
- 個々の営業担当者のスケジュール管理能力の向上
- 課題特定能力と企画力の向上
- 顧客とのコミュニケーション力の質向上



- 毎回、有益な情報を持って訪問してくれてありがたい
- 最適なタイミングで訪問してくれる
- こちらが連絡が欲しいと思う時にメールが来る
- 当社の課題と意志決定プロセスをよく理解して、最適な企画をしてくれる
- 見積・契約・精算、関連書類提出がスピーディ
- リスク対応も的確でスピーディだ



- 信頼関係が構築されているから、顧客もアポイントを優先してくれる
 - 企画や予算も「〇〇会社の〇〇」さんが言うなら、何とか社内で稟議を通してみよう
- という感じで、知らぬうちに提供側がリードしている形になっていく



- 新たな課題が出てきたな、これは「〇〇会社」に頼もう
 - 他社の対応の悪さで困っていた他の部署にも「〇〇会社の〇〇」を紹介してあげよう
- 紹介の和が広がっていき、自然なスタイルで新規開拓も必要ないくらいに、顧客数が増えていく。