

## 業績が上がらないのは“当たり前”認識のズレ

『凡事徹底、当たり前のことを当たり前にする』ことが、企業業績向上のカギであることは、目新しい話ではありません。まさに、当たり前の認識です。

しかし、それが徹底できていないのが現実ではないでしょうか。

その原因は何なのか。それは、一言に尽きます。『当たり前のことが何かを理解できていない』ことです。

『社員が経営方針を理解し実行する』、経営層から見れば、当たり前に行って欲しいことでしょう。しかし、社員は、そのように理解しているでしょうか。

また、お客様からすればCSは当たり前でしょう。また、お客様と接する社員もCSは当たり前と、このご時世、思っているでしょう。しかし、業界特有の売り手側の当たり前が横行していないでしょうか。

例えば、新築住宅を購入したとしてください。買い手は『入居後、不具合があるのが当たり前』と思っているのでしょうか。決してそんなことはないでしょう。しかし、多くの売り手は『不具合は仕方ない』と思っています。

つまり、当たり前の認識にズレがあるのです。この状態で、いくら『当たり前のことを当たり前』と言っても効果はありません。以下は売り手の当たり前誤認例です。

業界特有の当たり前横行	
メーカー	新製品は初期不良があるのが当たり前
サービス	クレマーがいるのが当たり前
マンション販売	お客様が来るのが当たり前
新築住宅	入居後に不具合があるのが普通
リフォーム	金額変更があるのが普通

いずれも、お客様の立場ではなく、売り手の立場での発想です。冷静に考えればおかしいのはわかるのですが、社内にいると意外とわからなくなるものです。

しかし、上表のような当たり前が横行していれば、当然CSは上がりません。利益はもとより、生産性も向上しないでしょう。

さらに問題なのは、上表に『マネジャークラスも陥っている』ことです。

つまり、客観的には、おかしい言動をしながら、本人もマネジャーも問題と感せず、これでよしとしていることです。したがって、トラブルが発生しても『客が悪い』で終わるでしょう。

これでは、いくら経営層が『CS向上・利益率向上』と何度も繰り返したところで、何も改善しません。

弊社研修では、当たり前の重要性を説くことにとどまらず、売り手と買い手の当たり前ギャップに気づいていただき、真の当たり前言動を腑に落とします。さらにCSのために必須な期待以上行動の修得を促進する研修を実施しております。

是非、ご興味ある方は、ぜひご連絡下さい。

> お問い合わせはこちら

