

スタッフ皆で “当たり前前のレベル”を上げていこう

10%増じゃないとケガをする

毎年ダリアが掲げるスローガンを楽しみにしています。今年は「UP STANDARD」ときましたね。これを僕は「お店の皆で当たり前前のレベルを上げていこう」と解釈します。実際、本業であるコンサルの現場で僕はよくそれを口にします。接客・生産力・スピード・クオリティ・情熱...、色々な“当たり前前のレベルをあげる”が考えられますが、ひとり残らずサロンの皆で意識がいい。できる人だけグングン伸びるのではなく、ここはボトムアップでお店全体のレベルの底上げが大事。僕の経験上、これがいい会社に通じる共通の成長カルチャーです。ただ、急なスタンダードの底上げは禁物。当たり前前のレベルをあげる活動は毎年10%アップ程度でも十分。それを確実に全員が継続してやるのがオススメです。ジョギングも急に月間走行距離を伸ばすとケガします。毎月10%増して走行距離を伸ばすのがケガなくランニングを続けていくコツといわれています。

スタンダードに定めたい〇〇ランド

...では、あなたのサロンの当たり前前のレベル、つまり“スタンダード”はどこに設定すればいいのでしょうか？ 言い換えるのなら、あなたのライバルはどこ会社 or サロンですか？ この問いには全員「ディズニーランド！」と答えて欲しいです。接客・演出・クレーム処理・電話対応・空間の楽しさ・待たせ方・そこで過ごす時間、あなたのサロンはディズニーランドに比べてどうですか？ 事実、お客さまは、あなたのサロンと隣のサロンのスタンダードを比べているわけではありません。ディズニーランドやハイエンドなホテル等のサービス業と比べています。だから「当たり前前のレベルをあげよう」といっても、どうか隣のサロンに勝つなんて小さく考えないでください。ディズニーランドに追いつき追い越すためにサロンの個々が“当たり前前のレベルを上げていく”というスケール感が大事です。来年の今頃、あなたのサロンのUP STANDARDが進んでいることを祈って！



ビジネス書作家/ブランド戦略の専門家
企業・自治体CMの脚本家・演出家・
希望郷いわて文化大使

スターブランド 村尾 隆介

中小企業のブランド戦略ブームを起こしたブランディングの第一人者。ベストセラー「売りたい会社はどこで努力しているか?」「小さな会社のブランド戦略」は経営者の間でバイブル的存在。企業だけでなく自治体ブランディングの新しい手法も全国から注目の的。企業CMの脚本・演出家としても依頼が殺到。多数の映像作品を生み出している。



「売りたい会社はどこで努力しているか?」

文庫版登場・税ランキン1位!

- ・スターブランド株式会社
<http://www.starbrand.co.jp/>
- ・村尾隆介公式ウェブサイト
<http://www.ryumura0.com/>