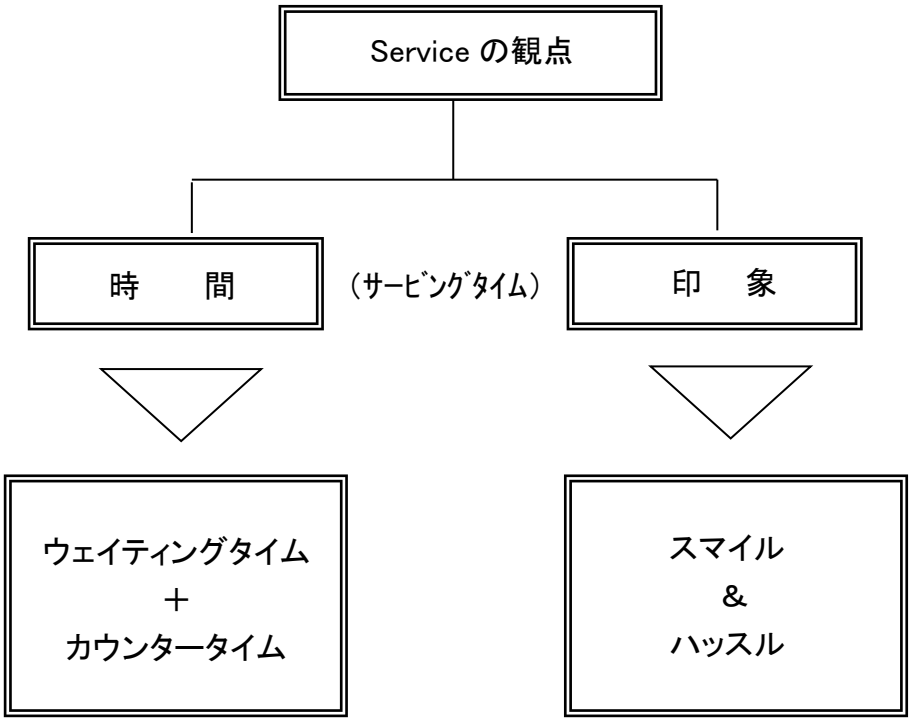
Service



ウェイティングタイム

お客様が注文するまでの時間
例）レジに並んでいる時間
　客席に案内されるまでの時間

カウンタータイム

お客様が注文を終わって商品をお渡しし、最後の挨拶を言い終わるまでの時間。又は、お客様に挨拶をしてから商品を手渡しし、最後の挨拶を言い終わるまでの時間

1. 店舗の出入口が開いて、店舗に入った瞬間の雰囲気、印象（ファーストインプレション）
2. お客様と接しているときの雰囲気、印象（態度、言葉遣い、アピアランス、アイ・コンタクト）
3. 店舗の出入口が開いて、店舗から出て行く時の雰囲気、印象（ラストインプレション）

この

2つの観点

で

Service

を見ます

しかし
注意しなければならないのは

サービスに必要な時間は、短ければ短いほど良いし、その中でよい印象を与えるためには、もはやファースト・インプレッションとサービスステップ毎のスマイルとアイ・コンタクト以外では不可能になってくる。又、逆に接する時間が長くなればなるほど、上記以外の要素にコミュニケーションの取り方や、サジェスティブセリングや提案販売も大きな可能性を持つようになる。

ということであり
又

Q.S.Cの中で

Serviceは最も技術を要する分野であり、レベルアップに時間がかかる難易度の高い分野でもあります。なぜならば“人を扱う”分野であるからです。従って、この分野が扱えないと、店舗運営のレベルを上げることは難しいのです。それは、Serviceが、Q.S.Cの中で最も影響力を持った分野だからです。

時 間

サービングタイム（さばく時間）

ウェイティングタイム

カウンタータイム

来店 → 「いらっしゃいませ」という挨拶をする直前までの時間

注文の終了 → 「ありがとうございました」という挨拶を終えるまでの時間

具体例

1） レジの前に並んだ時から、注文するまでの時間
2） レジに並んでから「いらっしゃいませ」という挨拶をするまでの時間
3） 来店してから客席へ案内されるまでの時間

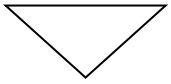
具体例

1） 注文が終了した時点から「ありがとうございました」と言い終わるまでの時間
2） 「いらっしゃいませ」と言ってから「ありがとうございました」と言い終わるまでの時間
3） 注文を終えてから、商品が運ばれてくるまでの時間

この各々の場合において“基準”を設けなくてはなりません。

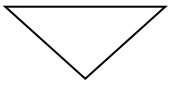
ウェイティングタイム	ピーク A 秒（分）
	スローB 秒（分）
カウンタータイム	ピーク A 秒（分）
	スローB 秒（分）

という具合です。



システムによる売上の構築とは

単にレジの台数が多かったり、サービスに携わる人数の問題であったりするのではなく、サービスの中の“時間”の問題を解決すれば、セールスは構築できるのです。



残された問題は

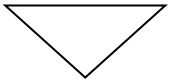
如何にシステムを運用するか？

だけです。

システムの運用とその考え方は、十分トレーニングを受ければ誰でもできるようになります。

そして
サービングタイムの問題は

① 時間の計測
② 計測結果の向上のためのトレーニング
③ システムとその運用



この 3 つで解決されますが、この 3 つを達成するためには、“トレーニング”と“コミュニケーション”という知識と技術が必要なのです。

印 象

スマイル＆ハッスル

残念ながら、“スマイル＆ハッスル”を“単純に生み出す手法”は存在しません。この“印象”というものを“良い状態”に保つ為には複数にわたるシステムと優れたトレーニングとコミュニケーションの技術が必要とされます。

“複数にわたるシステム”とは何か？

本社・本部レベル

- ○ マネジャーキャリアパスプラン
- ○ 各種マニュアル、トレーニングプログラム
- ○ タイトルアップシステム
- ○ 人事評価システムと昇進・昇格・タイトルアップシステムとの連動
- ○ 決裁権限（昇給・昇格・人事異動・金額）と責任の明確化
- ○ 人事評価システムと店舗運営業務との連動
- ○ スーパーバイジングシステム

店舗レベル

- ○ 店舗の決裁権限（店長による単独決裁）
- ○ P/A 採用・退職・解雇・採用コストの決裁権と立案権・P/A 時給の査定権限・評価決裁・承認権限・店長の他の社員に対する評価・立案権限
- ○ P/A キャリアパスプラン
- ○ トレーニングツール
- ○ P/A パフォーマンスレビューシステム

複数にわたるシステム“とはこれらのシステムすべてを持っていなければならないということを示しています。

▽

こういった連動したシステムによって、正社員マネジメントチームが常に、店舗の中で努力する雰囲気が出ています。その結果として、ポジティブな雰囲気が生まれるのです。

なぜならば

店舗の正社員が、一人残らずこのシステムの中にいて、やれば認められる能力主義によって働いているからであり、又、人財育成そのものが、評価の対象になっているからです。

▽

従って

サービスレベルを高く維持させるために、トレーニングし、育成を図り、よりスマイルの出せるP/Aを抜擢し、モチベーションを与え、更にレベルの向上を図るのです。

□ 高いレベルの知識と技術を必要とする所以です。

▽

コミュニケーション（2WAY）
モチベーション
カウンセリング

の優れた技術

によって

“資質”ある人間を見抜き、その“資質”にアプローチし、その資質を開花させることなのです。

▽

□ すべては“この考え”の上に立脚しているのです。

▽

この手法だけが

超短期にハイレベルな人財を育成し、組織を高いレベルにすることができる唯一の方法である。

と認識すべきです。

更に

このような能力主義組織 P/A の末端にまで徹底させていても尚且つ、サービスの印象を基準通り最高レベルで実行できる P/A は、最大でもその組織の中ではサービス担当 P/A の 20%程度なのです。

▽

しかし

サービス担当 P/A の 20%以上が基準通り最高レベルで応対できれば、その店舗のサービスレベルは、確実に最高ランクである A を取ることができます。

ＳＥＲＶＩＣＥ レベルの向上は

資質ある人間と優れたトレーニング技術、そして十分なプランニングが必要です。しかし、これらはすべて自分の能力なのです。