

■ サービス業の事例

オーナーの思い・ノウハウの見える化による科学的な経営実践！

ペットショップを1店舗、15年間運営されていましたが、ここ数年売上が伸び悩んでいる状況でした。

経営方針をどのように変化させたら事業成長できるのか、試行錯誤されていました。

● 一緒に取組んだこと

- ・ 店舗理念の策定
- ・ 事業定義の見直しによるニーズの確認
- ・ ペットカウンセリングの実施
- ・ 機能性の高いペットフードの品揃え企画
- ・ トリミングマニュアル整備
- ・ 品質チェックシステムの整備
- ・ 店舗運営マニュアルの整備

● 業績改善

当時の年間売上 10 百万円 → 14 百万円

サービス業は、目に見えないものが商品となっています。このため、サービスする担当者の心構えや顧客に対する思いにバラツキがあり、そのバラツキがサービス力の差となっています。オーナーの思いや優れた技術力が見える化し、その思想やノウハウをスタッフ全員で共有化することが必要ですが、サービス業界全体は、個人のスキルに依存することが多いのが現状です。

マーケティング戦略を改善するには、先ず、事業定義の見直しです。ペットに対しトリミングすることは手段です。何を目的とするのか、それは、ペットの健康を促進すること。

そのために、トリミングやフードが必要とされています。

事業定義に基づくニーズの再確認、そのニーズを満足するサービス力の強化を図ります。

更には、ショップ運営全般の業務を、単純化・標準化・マニュアル化することにより、オーナーの理念を実現する業務品質が提供できているか確認し、その業務生産性を科学的に管理・強化することにより、サービス業の魅力の強化が図れ、結果、売上・収益性が改善出来るものです。

製造業だけではなく、サービス業こそ、魅力の差別化を図る科学的な経営を実践しましょう！