

〇〇商会リビング関連部殿向け
教育システムの考えかた

I. マニュアル構成案

II. マニュアル対応教育システム代替案

III. コミュニケーションシステムのしくみ

I. マニュアル構成案

スキルに関する現状の問題点

- の社員であるという意識が明確にもたれていない
- 販売知識は、フロントセールの経験、既存知識に依存している
- フロントセールスごとに商品知識のバラツキがある
- 現状のフィードバック能力が不足している



マニュアルのコンセプト

- 自社方針の把握**
会社、部としての方針、社内システムを理解する
フロントセールの位置づけを明確にする ⇒IIとリンク
- 販売知識の徹底**
○○の社員としてのセールスマインド、マナーを身につける⇒IIとリンク
- ステップごとの商品知識の伝達**
基本的なものから応用的なものへ、段階を経て商品知識を身につける
⇒IIIとリンク
- 社内コミュニケーション方法の理解**
ツールの利用方法、プレゼンテーション能力を高める ⇒IIIとリンク

II. マニュアル対応教育システム代替案

教育に関する現状の問題点

- 2日間の研修要素が多すぎる
- 必要知識のプライオリティづけがされていない
- 勉強時間、機会が不足している
- プレゼンテーション能力開発のための機会が不足している



教育のコンセプト

- 現場の声を元にした教育**
現場から上がった問題点をとりあげ、その問題を共通認識し、解決方法をさがす ⇒IIIとリンク
- ステップごとの教育**
基本的なものから応用的なものへ、頭で理解すること、実践で身につけることを組み合わせてトレーニングする ⇒Iとリンク
- フロントセールのニーズに合わせた教育**
フロントセールのニーズ、キャンペーンに合わせ、時間配分も考慮したトレーニングをする
- スキルアップの機会をつくる教育**
定期的な勉強会を開く、必要に応じて、専門家による教育を企画し、トレーニングを行う
- 社内コミュニケーションを高める教育**
勉強会に参加することで、フロントセールス間のつながりを広め、本社内ショールームに行くことで本社との精神的な距離を縮める ⇒IIIとリンク

III. コミュニケーションシステムのしくみ

コミュニケーションにおける現状の問題点

- 社内スタッフとフロントセールスとのコミュニケーションが不足している
- 商品情報、セールスプロモーション情報伝達が徹底されていない
- 会社全体の方針のアナウンスが不足している
- フロントセールスからの意見フィードバックシステムが確立されていない
- フロントセールスからの意見プレゼンテーションが不足している
- フロントセールの大沢社員としての意識が不足している

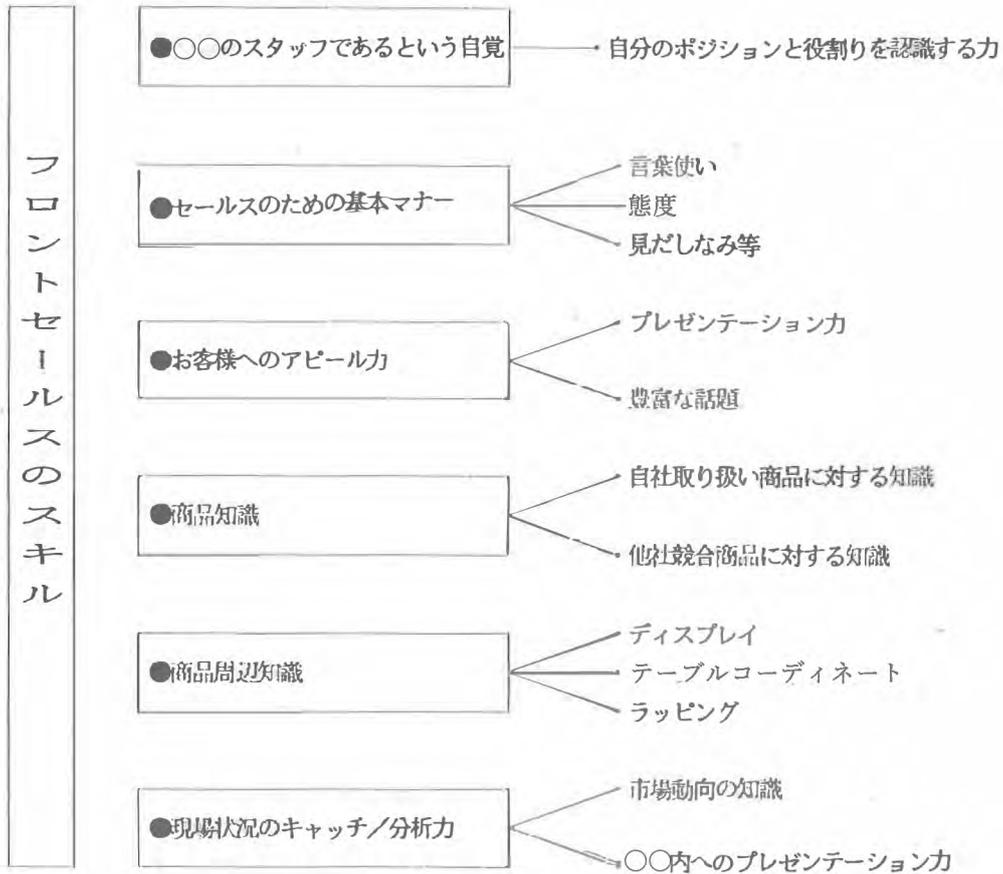


コミュニケーションシステムのコンセプト

- 全社でのコミュニケーションの展開**
○○社内スタッフ、フロントセールス全員に同じ情報が流れるように情報をペーパー化する
- トレーニングによる意識伝達**
セールスマーケティング、チームミーティングの検討、議事録の作成
- 人対人のコミュニケーションの展開**
ミーティング、懇談会、勉強会への積極的な参加から、○○社内スタッフ対フロントセールス、フロントセールス対フロントセールスのコミュニケーションを深める ⇒IIとリンク

フロントセールスに求められる知識

リビング関連部内、および各百貨店のフロントセールス取材を通じ、『フロントセールスに求められるスキル』として主な要素を捉えてみました。



I. フロントセールスマニュアル構成案

1. ○○商会リビング関連部の概要

- リビング関連部の方針
 - ・○○商会内でのリビング関連部の位置づけ
 - ・リビング関連部の基本方針
- リビング関連部の組織
 - ・各課の担当業務と各課のつながり
 - ・フロントセールスの位置と役割

2. フロントセールスのマインドとマナー

- 商会フロントセールスのマインド
 - ・○○商会の社員としてのマインド・商品に対するマインド
 - ・お客様に対するマインド
- フロントセールスの基本的なマナー
 - ・接客マナー
 - 言葉づかい／態度
 - ・スタッフ内のマナー
 - フロントセールス同士／○○商会社員に対して／百貨店社員に対して

3. 販売業務の基本をつかむ（販売知識—基礎）

- 百貨店のシステムとは
- 商品の流れ
 - ・発注伝票の流れ
 - ※発注伝票の流れにもとづいて、内勤スタッフの業務、配送のルートを知る
- デイリー作業の流れ
 - ・包装、のし紙
 - ・贈答品の扱い
 - ・伝票処理
 - ・クレジット処理
- マンスリー作業の流れ
 - ・月予算から日毎予算の割り出し
 - ・キャンペーン・催時への対応

4. 基本的な商品知識を得る（商品知識—基礎）

- 洋食器（ガラス器、陶磁器、磁器）の知識
- 器のアイテムの知識
- 取り扱い商品の基礎知識
 - ※各商品の海外からのデリバリルートを含む

5. コミュニケーションシステムを運用する

- コミュニケーションの流れ
 - 営業日報／リビング関連部ニュース
 - 勉強会／チーフミーティング／セールスマーケティング

6. 販売知識のスキルアップをはかる（販売知識—応用）

- ディスプレイ
 - ・ディスプレイの基本
 - ・応用 — シュチュエーションに応じたディスプレイ
- テーブルコーディネート
 - ・テーブルコーディネート
 - ・応用 — 季節感の出しかたなど

7. 商品知識を充実させる（商品知識—応用）

- 同等な位置付けの他社製品とのちがいを
- 器のコンビネーション

8. ケーススタディ

- 対象者別対応方法—こんな方にはこんな商品をお勧めする
 - ・ブランド志向の強いお客様に
 - ・年代別対応方法
 - ・イメージ別対応方法
 - ・ブランドロイヤリティ別対応方法
- モチベーション別対応方法—状況に合わせて商品をお勧めする
 - ・ギフト向け
 - ・プライダル向け
 - ・初心者向け

※各ケースを洗い出し中

9. こんなときには

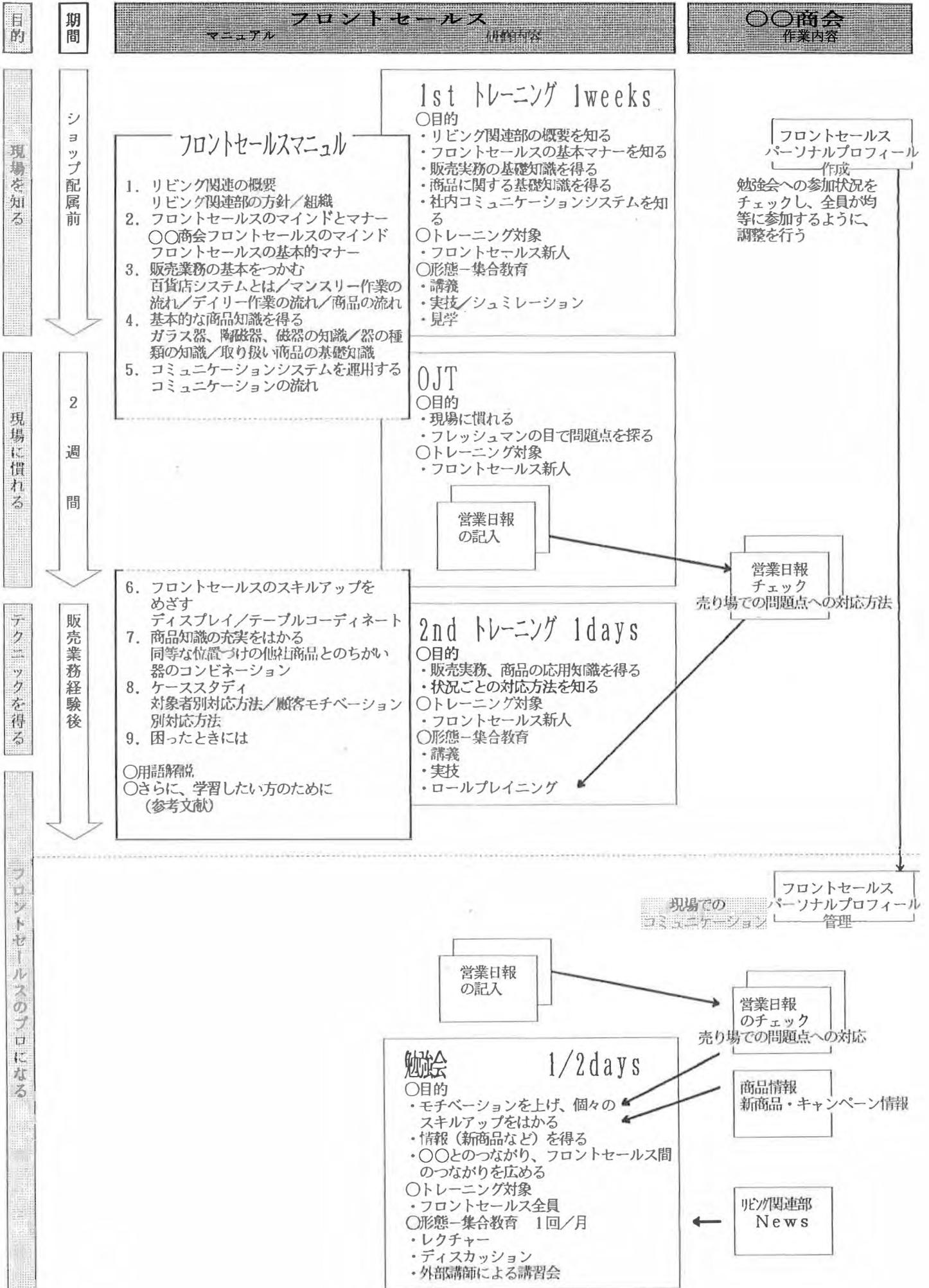
- ※判断が難しいとき、困ったとき・・・各ケースの対処方法を洗い出す
- 例 店頭がない商品を急ぎで欲しいと言われるお客様には・・・
- 廃盤になった商品を欲しいと言われるお客様には・・・
- ご希望の日に商品が間に合わない場合は・・・
- 手違いのため異なる商品が届いてしまった場合は・・・

○用語解説

○さらに、学習したい方のために

- ・参考文献のご紹介

II. マニュアル対応教育システム代替案



トレーニングスケジュール

1st トレーニング 1week

日 時	内 容	留意ポイント	
1 日 目	AM オリエンテーション	<ul style="list-style-type: none"> 自己紹介 リビング関連部スタッフ紹介 就業規則の説明（勤務時間・定休日など） 	<ul style="list-style-type: none"> 百貨店により異なるので、対象者に合わせた内容にする
	PM 説明	<ul style="list-style-type: none"> リビング関連部の概要 フロントセールスのマインドとマナー 販売業務の基本をつかむ 	<ul style="list-style-type: none"> マニュアルをベースに説明をすすめる 必要とあれば、「ケーススタディ」の情報も利用する リビング関連部事業所内（内勤作業）の見学を含める
2 日 目	AM 説明	<ul style="list-style-type: none"> 基本的な商品知識を得る 	<ul style="list-style-type: none"> マニュアルをベースに説明をすすめる ビデオによる学習（オレオソーガラス器） ショールームで、実際に商品を見ながら、説明を受ける
	PM シュミレーション 説明	<ul style="list-style-type: none"> 包装の練習 フロントセールスのシュミレーション コミュニケーションシステムを運用する 	<ul style="list-style-type: none"> ショールームにて、フロントセールスのシュミレーションを行う 情報の流しかたのしくみ、紙の記入方法を知る
3 / 4 日 目	AM PM 実技	<ul style="list-style-type: none"> ショールームにおける販売の実地訓練 	<ul style="list-style-type: none"> 1日の最後に、反省会を開き、相互補完を行う
5 日 目	AM 見学	<ul style="list-style-type: none"> 倉庫見学 	
	PM 各現場へ	<ul style="list-style-type: none"> 各現場へ行き、百貨店ごとのシステム、ルールのレクチャーを受ける 	<ul style="list-style-type: none"> 担当セールスが同行し、指導する



OJT 2weeks

2 週間	現場にて、セールスのしかたを研修する コミュニケーションシステムのしくみを有効に利用し、 リビング関連部とのやりとりを習得する	先輩フロントセールス、あるいは担当セールスがフロントセールスの経験度に合わせて、確実にサポートする
------	---	---



2nd トレーニング 1days

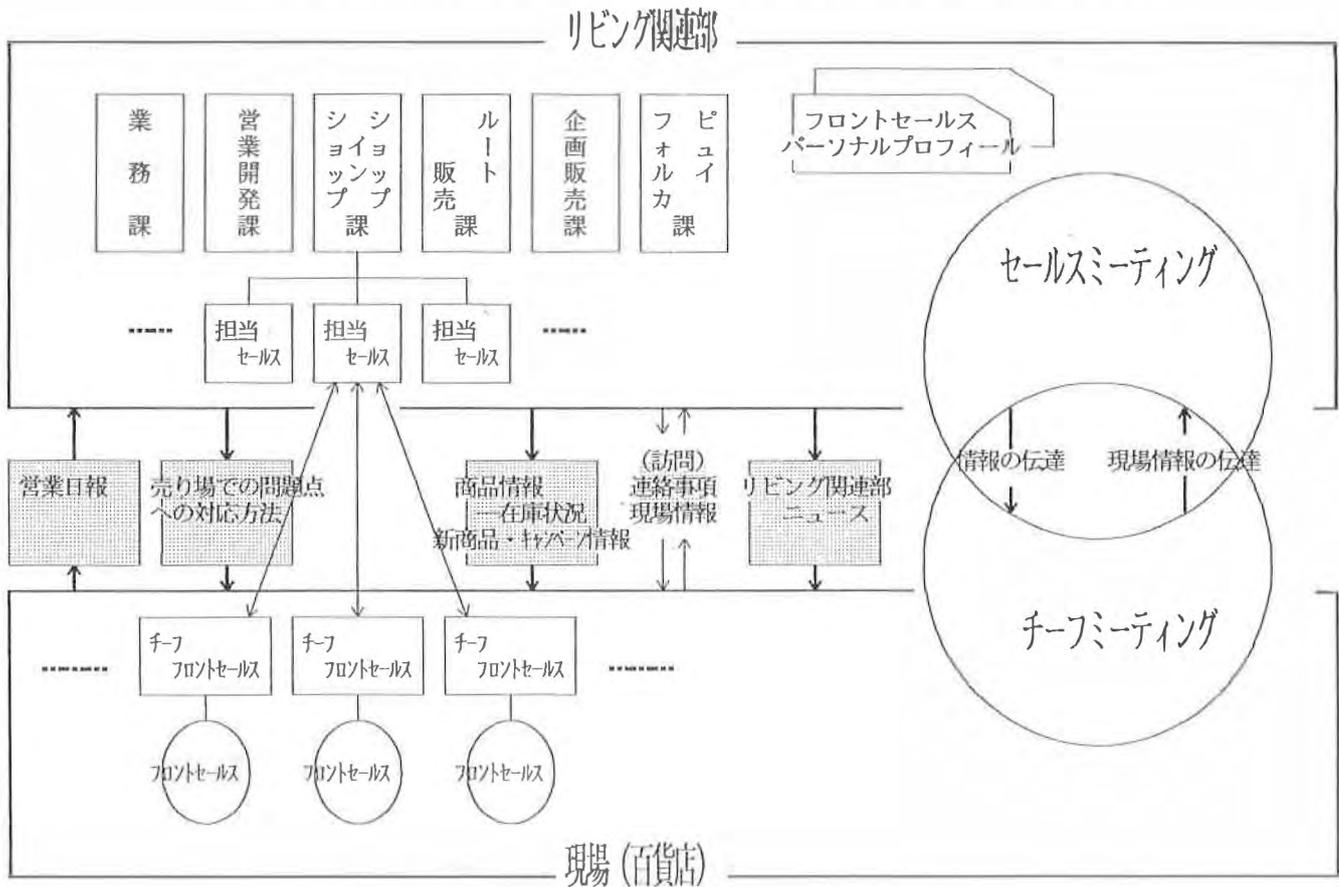
1 日 目	AM PM 説明&実技	<ul style="list-style-type: none"> フロントセールスのスキルアップをはかる 商品知識を充実させる ケーススタディ/困ったときには 	<ul style="list-style-type: none"> マニュアルをベースに説明をすすめる ショールームで、実際に商品を見ながら、ディスプレイ、テーブルコーディネートを学習する ケースに合わせたアドバイスを行う
-------	----------------	--	---



勉強会 1 / 2 days

- 日程
1回/月、各人が2か月に1回は参加するように、調整する
- 対象者
フロントセールス（フロントセールスをグループ分けし、交代で参加する）
※フロントセールスが一人である売り場など、売り場に穴が開いてしまう場合は、担当セールス等が代替する
- 内容
- 商品知識についてのレクチャー
ショールーム/直営店を利用して、新商品をはじめ、自分の売り場では扱わない商品についての知識を広げる
 - 器の使いかたのディスカッション
「テーマ」を決めて、自分流の器の使いかたをプレゼンテーションする
 - ディスプレイ/テーブルコーディネート/ラッピング—専門家による講習会
ショールームを利用して、専門家よりレクチャーを受ける
- その他
外部講習会（フィニッシングスクール/インテリアコーディネート等）の参加など自己啓発を促す

Ⅲ. コミュニケーションシステムのしくみ



ミーティングへの取り組み方

- **セールスミーティング**
セールスミーティングは、月1回定期的に行う。ミーティングの内容に応じて、セールスミーティングに、チーフミーティングを合同させて行う。なんらかの理由で、チーフが出席できない場合は、同じ現場の中から、代理のものを立てる。合同ミーティング後に、懇親会等を行い、〇〇社内スタッフフロントセールスとのコミュニケーションの場を作る。
- **チーフミーティング**
チーフミーティングは、基本的には月1回、行う。年末、繁忙期などで催すことができないときは、〇〇側でレポートを作り、必要な情報をドキュメントにして各フロントセールスに配付する。⇒ 口頭でなく紙に残し、均等な情報を各フロントセールスに流すことが重要。合同ミーティング後に、懇親会等を行い、コミュニケーションの場を作る。

ドキュメントによる情報のやりとり

- **営業日報**
フロントセールスから〇〇社内スタッフへのデイリーな情報ツール。販売報告のみでなく、業務の中で感じたことをできるだけ詳しく記録するように、習慣づける。〇〇社内スタッフからは、そのメッセージに対してかならず応答し、検討が必要と思われるものは、なんらかの処置を行う。
- **商品情報・新商品/キャンペーン情報**
商品の在庫状況は定期的にする。商品の掲載雑誌の情報、新商品情報などは、できるかぎり早く流す。どの百貨店にも同じ内容がインフォメーションされるように、リビング関連部内に担当者を決めておく。
- **リビング関連部ニュース**
ショッピング課以外の直接関わりあいのない課で、今、どんなことが行われているのか、リビング関連部や、会社全体が今どのような動きをしているのかをフロントセールスに伝える。セールスミーティング、チーフミーティングの結果をまとめ、全員の共通認識事項とするために掲載する。