

ロープレを会社の仕組みに生かす

商業施設をはじめ接客ロールプレイング大会を軸としたCS(顧客満足)向上の活動、人材育成、ES(従業員満足)向上活動が年々広がっている。単にロープレを実施するだけでなく、他の取り組みと結びつけることで多様な効果が表れることが認識されてきた。最近のロープレの取り組み方の特徴を人材育成コンサルタントینگ会社、エデュカールの幡地嘉代社長に聞いた。



エデュカール社長
幡地嘉代さん

商業施設のロープレは確実に広がっている。以前は右にならえで実施していたが、最近では独自性を加えている。目標を見据えてCS活動のメインとして取り組むようになってきた。やり方の工夫では、オープンスペースで開催してお客に披露して、館をアピールする場にしたたり、DVD審査を導入して全員にチャンスを与える形や、街単位で競い合う大会にしたりとオリジナル性のあるものが増えてきた。大会での成績が給与に反映する制度をとるところもある。

ロープレは社内行事として定着したところは確実にレベルアップの手応えをつかんでいる。審査項目に館独自の重点課題を入れる、ロープレを終

各社のキーマン育成へ

えると一人ひとりのフィードバックする、事前研修や他のマネジメント研修などでも弱い部分を確認する、目指す目標を共有する場としての意識が高まってきた、特にブランドが好きでスタッフになっているところはロイヤルティが高くレベル向上も目立つなどロープレの効果が高い。各社がロープレの必要性和成果を感じ取っているため、導入企業はさらに広がっている。祭りではないか、演技力勝負ではないか、というような見方はかなり減ってきた。

会社の方針を明確にして目的をはっきりさせ、計画的継続的に実施すれば成果につながるため、今後は会社の方針の一環で取り組むことが大事。その中で努力しているスタッフを見るところ上層部もスタッフに対するリスペクトを感じるのではないか。仕組みとして整えて、企業のすべての活動に連動する形に進化させていくことが求められている。

何を指導していくのか。販売員の弱みを感じることが大切。ポイントは、一つはコミュニケーション力の強化。もう一つはニーズの聞き出し。そのために会話力が必要だ。それには観察力が鍵になる。見る力が大事で、「お客様の言葉にならない心の声を聴く」というのが肝心だ。

昨年、人材教育インストラクター協会(エディア)を設立した。人を育てる人材を育成する機関で、そのリーダーとなる人を公開講座を開いて増やしていく。各社には人材教育のキーマンが必要で、キーマンの本気を引き出すスキル向上、能力開発へ導きたい。さらにロープレや接客技術向上の活動が企業のあらゆる活動と連動し総合力を上げていく仕組みの構築に結び付けていきたい。いずれにしてもロープレをはじめとする接客力強化、人材育成や組織活性化は商業施設だけで見てもさらに重要視されていく。