

連載

浅田剛治のハイパー仕事術

「良い人になることは簡単ですが、良い人になることは難しい」

第12回

ここで差が付く！ 好調・不調の分かれ道



ハイパーライオン代表取締役社長
浅田剛治氏 Takaharu Asada

株式会社ハイパー事業の企画・運営を行う総合ライオン株式会社を展開。同業他社とは一線を画す「モダン」で「タイプライター」な結婚式場を中心に、ウエディングプロダクションやレストランを全国で運営。また、歴史的建造物や経営塾に協賛したホテル、料亭、レストラン、結婚式場運営を生かせる再生ビジネスにも注力するなど、経営責任者として主に店舗開発、人材の採用・育成の面でその手腕をふるう。

2007年には、「Japan Venture Awards (JVA2007)」(主催「創業・ベンチャー・国民ファンド」)「経済産業省中小企業庁委任事業」において起業者部門「中小企業庁長官表彰」を受賞。2017年7月、株式会社ハイパーライオン設立。

不振会場は強みを軽視し自信がない 優先順位を誤ると倒産することもある



Column お客様には関係ない!!

「今決められない理由は？」という質問はナンセンス

新規接客のフロー・シフトのナーズで、「今決められない理由は何ですか?」と尋ねることをルール化している会場もあるが、浅田氏は「同じ質問の何物でもない」と言う。

「お客様からすれば逆に「なぜ今決めなければならぬんですか?」と聞き返したくなる言葉だと思います。結婚式は数千円の買い物ではないので、即断即決でかかると当然です。「なぜ、決める

れないのですか?」と言っているクライアントが、500万円の車を見に行ったとして、同じように聞かれたら答えられるでしょうか?お客様立場になって考えみてほしいですね!

とはいえ、接客を一通り終えた段階でお客様の感想を聞く必要はあるため、ライブセの頃は「いかがですか?」と尋ねるようになり、ライブセしていた「いかがですか?」と尋ねると表情が曇るなど

のです。競合会場よりも優れている面を磨き、劣っている面を改善し競合会場との比較で上回れるように高めること、それが支配人の役割です。

他責にしたいから弱みを増幅させる

受注率の低いライオンナーは、自会場のライオンズ面を必要以上に増幅させる傾向があります。ライブセを例に引くと、兼営業のライオンズというライオンズ面がありますが見えるというライオンズ面があります。ライオンナーは、お客様から「電線が・・・」と言われようものなら一気に自信をなくしてしまいます。冷静に考えれば、全面ガラス張りでは相模湾を一望できるという強みは、弱みを補って余りあるのに、それを軽視してしまうのです。自会場の弱みに過剰反応してしまうのは、受注できない理由を他責にしたいからでもあります。

逆に、高受注率のライオンナーは自会場の強みを的確に理解しているものです。ライブセで3本の指に入るエグゼクティブライオンナーに受注率の秘訣を尋ねたら、「特別なことは何もしていません。この会場が大好きなんです。スタッフがどんな思いを持ってライブセや料理を提供しているかよく知っているし、その素晴らしいスタッフがい私に協力してくれているから、そこに婚式を創ることが出来る、そこに絶対な自信を持っているんです。お客様にもそのようにお伝えしているだけです!」と言われました。こういうライオンナーは、お客様に何と言われようとライブセに、自会場の強みを随分大切にすることができるといいます。

ライオンポイントを改善していく上では、優先順位も重要です。過去に、業観不振に陥ったライオンズ企業からライブセを求められたことがあります。すでに5000万円程度を投じてライブセを改善することが決まっていたのですが、私は改善する前にやれることがあり、以下のように意見しました。

1つは人員整理、組織図を見ること全部署、必要以上の人数だと感じたので、人員の適正化をお勧めしました。ライブセイベント頻や料理も時代に合わせていないので、ポ

改裝するならどこかという優先順位は、ライブセの重要性が関係しています。これについては、ライブセを退任する直前に「運まきながら気付いたことがありますが、以前は、重要度を100とすればお客様は滞在時間に応じて、チャペル20、パンケット70、ロビーなどが50〜100ぐらいのイメージで、チャペルはサイズも小さめに設計してしまいました。滞在時間の短いチャペルよりも、パンケットの方にかえり、ライブセでいたわけですが、そうではない、お客様にとつて、どんな場所が重要なのかというものは滞在時間に関わらず重要度が高く、パンケット50、チャペル50ぐらいだと思っております。」

ライブセの退任直前には、長野のグランドスカイに市内の景色を一望できる独立型チャペルを作りました。天井一面にシャンデリアを配した豪華な造りで、メンバーには「エリアの勢力地図を覆すような強力な武器になるはず、私からの置き土産だ」と伝えました。実際、その通りになりました。飛躍的に伸びました。

広告の打ち出し方、パンケット、接客スタイルなど、他の式場を真似ることが多いと思いませんか?、売れている会場を真似るといっただけの会場ではないかと思いませんか?、真似るにしても自会場のターゲットに合っているかどうかという軸は絶対にブレてはならない、売れているという理由で、ターゲットを真似ても逆効果です。

ライオンナーに持たせる武器を増やす

ライブセでは、新規来店時にお渡しするパンフレットにもこのように書いています。ターゲットが新郎新婦2人だけで決まるといってもいいですが、新郎新婦が新郎新婦の安心感などを考えると、パンフレットは決して軽視してきませんで。新郎新婦がご両親に会場見学を報告する際、見せられるものがないければ「パンフレットもない式場、大丈夫?」と言われてしまうかもしれません。

ご両親に安心していただくよう、パンフレットはA3ぐらいの大きめサイズで用意していただくと、写真も大きく見せられ、高級感が出ます。サイズは結構大事だと思っていて、小さくパンフレットだと文字も写真も小さくなるので高級感というよりカジュアルな意識した仕様になりがちです。ライオンズなどにも商品ですが、一部商品でご利用いただけることをご案内されると思います。

接客スタイルは、競合会場が強引な接客で即決を狙っていただくと、それを真似るより、信用・安心を売ることが差別化につながるのではありませんか。お客様は「ご両親にも相談されて、ご納得された上でのお申込みください!」と言われたら、「この人は信用できる」と思うでしょう。競合会場のセールスが強引であるほど自会場の正直さが際立つと思います。

重要なのは、自社のターゲットを見失わず、そこに響く武器を極力多く揃えることです。支配人が自信を持てなければ部下はもっとブレます。強みを磨いて弱みを潰し、多岐で活躍するライオンナーに強力多くの武器を持たせる、それが支配人の役割です。強みを魅力的にアピールして響かないお客様を無理に追う必要はないと思います。

自会場と競合の戦闘力を数値化し冷静に比較

業観不振に陥る最大の原因は、自会場と競合先の戦闘力を客観的に分析できないことだと思います。例えば、アニメ「ドラゴンボール」では、相手の戦闘力を解時に数値化する「ヌカウター」という装置が出てきますが、支配人はそんな感覚で自会場と競合会場の戦闘力を風読める必要があると思います。

会場のスベツクやスタツクの能力など、戦闘力を構成する要素を1つずつ点検し、それらをミキサーにかけるようにして総合点を弾き出します。構成要素は様々な

らの距離や周辺エリアのブランド間、会場の天井高や広さ、机、空間が持つ魅力など、ソファの打ち出し方、ペンフレットなどツールの出来栄、接客スタイルなど、あらゆる要素があります。自会場とエリア内全ての競合会場を点検化すると、自会場の立ち位置が見えてきます。価格帯など会場選びの基準になり得るポイントツプロも頭に入れておく必要があるでしょう。

100点満点の会場はあり得ず、立地は良くても会場のデザインは悪く、立地に欠ける、立地も会場のデザインも最高だけと料金が高いなど、強みと弱みが混在しているも



アカデミー賞 作編プロダクション 世界のライオン

2015年アメリカ12月分

「ライオン」司馬は性的虐待事件の悪い、新社会を導く。相対的な権威を誇る数々のライオン、権威の自由は通じない、被害者らも自分の真実を語りたがらないという難しい状況の中、よくぞここまで真相を突き出したと感心させられます。報道に携わった記者達のエンターテインメントの使命感をもつた打たれ強さ。エンターテインメントの使命感をもつた打たれ強さ、報道の力を実感します。

ライオン司馬は性的虐待事件の悪い、新社会を導く。相対的な権威を誇る数々のライオン、権威の自由は通じない、被害者らも自分の真実を語りたがらないという難しい状況の中、よくぞここまで真相を突き出したと感心させられます。報道に携わった記者達のエンターテインメントの使命感をもつた打たれ強さ。エンターテインメントの使命感をもつた打たれ強さ、報道の力を実感します。