

新しい発想につながる「気づき」を経営改善にお役立て下さい

「**気づき**」とは、経営改善や社風改善、新商品や新規顧客の開拓などに活かせるヒントになるものです。売上の減少や原材料の高騰による利益率の低下、人材不足問題など、依然として経営環境は厳しい状況です。取り巻く環境がめまぐるしく変化している今こそ心にゆとりを持ち、見過ごしていたビジネスチャンスや改善点に気づき、それを経営に活かしてください。

以下、マーケティング、マネジメント、セールス、リーダーシップについての「**気づき**」です。あなたのビジネスの成功にお役立て下さい。

『常に自責化できる人にしか、自分を変えることはできない。』

『戦略は、何かを捨て去ることでもある。つまり、何を始めるかだけでなく、やめるかも大切である。』

『クレーム処理はスピードが命だ。現場への権限委譲を十分に検討しろ。』

『スターバックスは30種類以上の異なる商品を売っているが、そのマーケットはただ一つ、コーヒーである。あなたのマーケティングの目標を絞りなさい。』

『あなたの進歩は、間違いなく努力に比例する。』

『あなたの会社のメンバー間に争いや壁が起きてないか探ってみろ。その争いや壁を取り除くだけで生産性は倍増する。』

『あなたの周りにいる仲の良い人3人を思い浮かべてみなさい。その3人の年収合計の平均があなたを上回っていたら、あなたの年収も上回っていくだろう。』

『コカコーラは全ての営業スタッフや重役に「今後とも飲み物が売れるために、今日何をしたのか」と問う。自分の仕事に夢中になると、多くの人が会社の使命を忘れてしまう。』

『減点主義より加点主義で評価を行う方が、メンバーのやる気を引き出すことができる。』

『ドッグイヤーとは、犬の寿命を人間の年月に換算した時の成長スピードのことである。』

現在、インターネットは三カ月ごとに新しいアプリケーションソフトを進化させている。

あなたはクライアントとのコミュニケーションを、三カ月前とは異なった方法でとらなければならないし、三カ月後はまた新しい方法を図らなければならない。』

『How や What より、Why を考えぬく。方法論は、何故を10回繰り返したあとに生まれてくる。』

『ブランドはスローガンではない。ブランドとはあなたと顧客の間の約束事である。』

『「この会社は…」という者がいれば、「私たちの会社は…」と言い直しませない。』

『クレームは、問題の本質を明らかにし構造化しろ。その場しのぎの解決や、個人に的をあたえ追求に終始してはならない。』

『どのような形が【成功】なのか確実に定義しよう。さもなければ、あなたやあなたの顧客は成功することが出来ないだろう。』

『給与が多い少ないではなく、評価の不公平さや不透明さで人はやる気をそがれる。』

『マーケティングにおいて、価値あるものは顧客の【言葉】である。』

『【幸せ】と【成功】どちらを選ぶ？ 本人が幸せでも、周りが認めなければ【成功】とは呼ばない。』

『なげき悲しむな！ 人生には、喜びも悲しみも必要だ。』

『家族主義とは一人ひとりの成功の手助けをすることである。見返りを求めない。面と向かって注意できる。余計な気を使わず、遠慮しない。信頼し支えあっている。すべての基本に【信頼】がある。これが家族主義の原点である。』

『新規顧客の開拓は、今あるお客様からの紹介の仕組みを作ることが一番である。』

『耳をかたむけたり、質問をしたりしなければ、あなたを魅力的に思う【つぼ】を見つけることは出来ない。そして、あなたは彼らの質問の正しい答えを得なければならない。』

『【ノー】と言ったとき、なぜなのかを説明し、他の選択肢を示しなさい。』

『お客様を5歳の子供と思え。小部屋ですっと生活すると思え。優しさが自然と生まれてくる。』

『あなたの将来を変える唯一の方法は、あなたの考え方を変えることである。』

『【START】とは？ ・Say～発言すること ・Think～考えること ・Action～行動すること
・Roll Play～役割を考え、相手の立場にたつこと ・Target～目標を設定すること』

『「私を大事に扱ってください」というプラカードを、お客様はみんな首から下げていると思え。』

『売れない商品には理由がある。一つひとつ、書き出してみるとよい。』

『60年以上前、ペプシは【安いコーラ】としてコカコーラより多く販売しようとした。それ以来ペプシは追いつこうとする役割、つまり No.2 を果たしている。マーケットの価値は価格ではない。』

気づくだけでなく行動することがツキを呼び込む経営です

税理士法人 生駒