

協進レター82号

平成 24 年 11 月末日

いよいよ寒くなり、空気が乾燥してきています。感染症を引き起こす原因になる細菌の活動が、活発になる季節です。**うがいと手洗いを徹底して、十分な休養と適度な運動を心がけ、健康維持増進に努めていただきながら、お仕事に精を出して下さい。**

普通救命の講座、所轄警察の講話とご苦労様でした。ぜひ業務や日常生活にも役立てて下さい。

前号で、「管理部門と現場サービス係との信頼、絶大な協調・協力関係が必要なのですが、充分でないことが明らかです。お互いに改善に努めましょう。よろしくお願いします。」と、結ばせていただきましたが、さっそく協和会の役員の方々と意見交換会をもたせてもらいました。内容は議事録にして開示しますので、ご覧下さい。今後も、管理側と現場サービス係との意見交換会を積極的に行い、不信と不満の構図からの脱却をはかりながら、全社員が目的としているところの売上アップ、待遇改善につなげていきたいと考えています。

さて、労働集約企業である我が社が、売上アップのためにとらなければいけない方法は、どんなものがあるか考えてみました。

①稼働を上げる。ただ、やみくもに稼働数を増やすだけでは、生産性を下げてしまい総売り上げはさほど変わらないという結果になります。

②生産性を上げる。需要と供給のバランスが一番いい所より少し売り手市場ぐらいがベストなのですが、これを意識しすぎると、お客様利便を損ない、お客様が他社に流れていきます。

③いただいた機会は逃さない。お電話をたくさんいただきますが、どうしても平均的ではないのです。でも、電話のお客様は、「貴方のところのサービスを買いたい。お金を使いたい。」と、言って下さっているのです。集中した時には、管理職も乗務して、可能な限りお客様利便をはかります。

④新たな顧客を創造する。これからの時節、日常的な利用でない方も、ご利用いただく機会に恵まれます。こうしたお客様に、是非我が社のファンになっていただけるよう頑張りましょう。

⑤サービス水準を上げる。お客様の期待度を上回る快適感を、感動として覚えていただくことがファン客を増やす極意です。貴方は誰のファンですか？その人は、貴方の期待を満足させ感動させてくれる相手のはずです。

⑥サービスのより差別化。タクシーのお客様が求めるサービスってなんでしょう？安心・安全・迅速・快適・個別移動・高級感・安い。私達が売り込めるサービス、売り込むべきサービスは何でしょう。他社と勝負にならないことで競っても、より差別化をはかることなんてできません。

⑦販売促進（PR）方法が他にないか？やっぱり一番は、貴方のサービス水準に感動してもらおうことでしょう。初めてのお客様だったら、覚えてもらいましょう。会社名と貴方の名前を。今度、お電話いただけるように。

⑧既存のエリア・客層のシェア維持拡大。我が社の得意なエリアを皆でカバーしながら、通院通所を目的とした一番の客層である高齢者の移送シェアは、絶対維持拡大すべきです。

⑨新たな地域・年代層・利用目的。通院通所を目的とした一番の客層である高齢者の移送に、新たな周辺地域への拡大も視野に入れた、デマンド運行協力。そして妊婦 119 番や子育てタクシーの運行による、新たな年代層シェアの獲得。既存の顧客に新しい利用目的として、旅行商品としてのタクシーを考えています。

⑩付加価値を高める。介護タクシーのように別途料金が発生しても、利用者に喜ばれる付加価値って他に何かないか？

売上アップのために、こんなことを一つ一つ具現化していく必要があります。それぞれ違った立場・職責・性格・考え方・顔・生活・性別ですけど、意見交換しながら、協調・協力して果たしていきましょう。よろしくお願いします。