

携帯販売代理店訪問 エム・エム

情報共有でスタッフの創意工夫を生む

横須賀市に本社を置くエム・エムは、三浦半島でドコモショップ4店舗を運営する。創意工夫をこらした取り組みによりCSを向上するとともに、ES向上も実現している。

文◎村上麻里子(本誌)

富士通パーソナルズ2次代理店のエム・エムは、横須賀、三浦、逗子、北久里浜と三浦半島を拠点にドコモショップを展開する。

神奈川県内に約80店舗あるドコモショップの中で、販売計画の達成率は常に上位に入っているほか、顧客満足度(CS)を表す指標であるユーザーロイヤリティでは4店舗とも上位に名を連ねる。

資本や人材に余裕のある広域系代理店が有利といわれる中で、中小地場系のエム・エムが健闘している背景には、CSやES(従業員満足度)を重視した経営姿勢がある。

CSのノウハウを横展開

「顧客満足度を常に念頭に置いて接客することをマネジメントにおける最重要テーマの1つとしている」。こう語るのは、エム・エム代表取締役社長執行役員の松村矩雄氏だ。

昨年の社長就任以来、「お客様に気持ちよく店舗に滞在していただくこと」をショップ運営の重点ポイントとしてきた。

キャリアショップは接客応対をはじめ、店頭のカウンターや什器、ポップなどは、基本的に通信キャリアごとに定められた基準に従っている。し

かし、顧客の多様なニーズに応えCSにつなげるためには、単にマニュアルをなぞるだけでなく、スタッフ各自の創意工夫が必要だ。

エム・エムが運営するドコモショップ横須賀店は、ドコモ神奈川支店が2003年にCS向上施策として導入した「CSナビゲーター制度」の一環で、CS責任者に任命されたスタッフを中心となってCS強化に取り組んできた。

来店客の出迎え・見送り時の挨拶の仕方、目にした人が自然と興味を持つような“語りかける”ポップ作り、バックヤードのスペースを確保するための「コ」の字型カウンターの採用などは、当時の店長らが独自に考案したものだ。

そうした努力が実り、横須賀店は06年以降3年連続して「ユーザーロイヤリティ」で神奈川1位を獲得、08年度には全国1位にも選ばれた。横須賀店で培ったノウハウを他の3店舗にも横展開することで、運営店舗全体のCS向上も実現した。

松村氏は「これまでのメンバーがCSのベースをしっかりと作ってくれている。今後は新しく入ったスタッフにそれを継承していく仕組み作りが必要」と話す。



代表取締役社長
執行役員
松村矩雄氏

そこで、各店舗から選ばれたスタッフが毎月1回集まり、情報交換する場を設けることを計画している。代理店によっては、ベテランスタッフが若手にノウハウを伝えるというやり方を取り入れているところもあるが、「それぞれの店舗での経験を伝え合う方がより説得力があるのではないか」との考えからだ。また、10月1日付けで、新たに「人材育成課」を立ち上げた。ベテラン社員を配置し、新人の教育を担当する。

こうした取り組みでさらにCSのレベルを上げ、4店舗が常に県内でトップ10入りすることを目指している。

User Profile

エム・エム

- 代表取締役社長
松村矩雄氏
- 設立
1993年10月22日
- 本社所在地
神奈川県横須賀市若松町1-21-10
- 従業員
94名(2011年8月現在)
- 資本金
1500万円(2011年8月現在)
- 事業内容
ドコモショップの運営・販売業務