

店舗診断の目的

接客力強化は、
現状認識とのギャップを埋めることから始まります。

あるべき姿を「見える化」することが目的です！

■活性化プロセス

体制づくり

～誰が何をするか？～

方向性の導出

～どうすれば出来るのか？～

原因の把握

～なぜ出来ないのか？～

ナレッジ構築

～何が足りないのか？～

上記事項を考えていくためには、まずは問題を「見える化」する必要があります。
それによって、改善ポイントがより明確になります。

内部と違った角度から現状を「見える化」するために、まずは店舗診断を行います

店舗診断後、講習へ

店舗診断を終えて現状を把握。また、各店舗に合った講習会の実施

■売り上げとは… → お客様の満足度！！

新規顧客もリピーターも、どれだけ満足して頂いたか？という結果が売り上げとなって現れます。
来店されてからはもちろん、来店前からお見送りまで満足を造っていく手法をご提案いたします。

例えば…

①店舗の魅力を最大限に活かせる表現をし、お客様に伝えるために…

新規顧客を集客

②来て頂いたお客様に確実に感動を与えて、またお越し頂くために…

リピーター集客

現状を把握するだけでなく、店舗ごとに必要な表現手法を講習で身に付けます

お客様の安心感・満足感を作り、「信頼感」を作る。

リピーターからファンをつくっていく事につながります。

スケジュールご提案

□ 店舗診断

実際に店舗にお伺いし、分析を行います。

今後の施策を見出す為に、まずは現状把握と改善点発見を致します。

□ 店舗診断表提出

店舗での現状把握と分析を基に、店舗診断表を作成し、お渡し致します。

第3者の視点から見た現状を報告することで、
お店の現状、本当の姿を見ることが出来ます。

□ 講習会

店舗診断により「見える化」された現状と改善点から、
店舗に合った講習会をご提案いたします。

改善点を自らで改善していく一歩を、作っていきます。