

食品商業2016年12月号に連載記事（第五回）が掲載されました！

## 正しいほめ方のススメ



第5回 「お店を無法地帯にしてしまう、基準なき「ほめ」に要注意」

スパイラルアップ代表 原 邦雄

ほめることの重要さが分かっていても、何でもかんでもほめるのでは甘い組織になり、指導しなければいけないこともできない「無法地帯」になってしまいます。

ほめることを「売る力」につなげていくためには、「何のためにほめるのか？」という基準が必要になるのです。

今回は、その指標となる項目を図表とともにお伝えします。

私の考える「ほめる基準」とは、ズバリ「売上げアップにつながる行動」です。今回掲載した図表は、あるスーパーマーケット向けに作成した売上げアップのための項目です。「売上げアップ」を大枠に「客数」と「客単価」に分け、さらに「フリー新規」「リピート率」「まとめ買い」など目的に応じた項目に細分化しています。その上で小項目では、目的に応じた施策を分析。ここから具体的な行動項目へと、さらに砕いていくことが可能です。

これは、リーダーがパートタイマー（以下パート）さ

んに「この行動を取ればほめます」と渡す「ほめる基準」の一覧でもあります。ほめることを売上げアップにつなげていくためには、その行動をほめ、継続することが必要です。このような図表の作成をお勧めするのは、日本人が美德とする「あうんの呼吸」や「言葉にしなくても伝わる」という文化や習慣が、マネジメントにおいては弱点となってしまうからです。

個人には、その能力によって得意なこと・不得意なことがあります。「バランス良く」はなかなか難しいものです。ですから、お店によっては売上げの上がる行動を分析し、「ほめる基準」として図表にしてあげる。その上で長所を伸ばしたり、指導していかなければいけないのです。

掲載した図表を参考に、ぜひあなたのお店でも分析をしてみてください。そして出来上がった「ほめる基準」を基に、パートさんを「一日1ほめ」しましょうね！

大項目	中項目	小項目	大項目	中項目	小項目	大項目	中項目	小項目	大項目	中項目	小項目
売上げアップ	客数アップ	トラックに広告	客数アップ	リピートアップ	お買い得品	客数アップ	集客イベント	景品付きイベント	客単価アップ	買い回りアップ	アンケート調査
		看板の設置			品揃え			試食会			ポストティング
		フリーペーパー設置			店の清潔感			料理コンテスト			時間通りでなければ商品
		FBなどのSNS			欠品ゼロ			ふるまいイベント			電話受注の簡素化
		ホームページ			店内の雰囲気			目玉商品			お試し宅配
		エリア拡大			ファンづくり			新発売キャンペーン			宅配レジの集約
	広告新規	店頭設置	毎日の食事提案	子供・年寄り向けチャリティ	電話営業	紹介制度					
		広告刷新	リピートイベント	誕生日イベント	宅配時のお手伝い	宅配に張品					
		広告に特典	名前の確認	100円均一イベント	店長ハッピーコール宅配	電話で即宅配					
		宅配紹介	商品の満足感	レイアウト変更	メニュー	日替わりメニュー提案					
		近隣業種同士の紹介	商品の清潔感	店内のイベント	買い	部門を超え商品移動					
		パートさんからのPC紹介	レジ応対	宝地図	単品単価	メニュー登録コーナー					
ポスティング新規	飲食店紹介	店員応対	おすすめの商品看板	加工賃	野菜カット貸乗せ						
	ブランド名列配布	独自商品仕入れ	店内照明	アップ	肉・魚・惣菜のカット貸乗せ						
	宅配先の近隣	No.1商品の強化	レイアウト変更								
	週一ポスティング部隊	レジのスピードアップ	目玉品のPOP強化								
	パートさん送付ポスティング	お得意	ついて買いコーナーの設置								
	チラシの入っていない所へポスティング	アフターフォロー	お得意								

目的は売上げアップ。上司にはほめる・叱るの基準が必要。従業員の行動で売上げアップ・満足度アップにつながっているところを見つけ、できるようにした理由を3つ発表してもらう。