

【改めて“ヒト”と“組織”を考えるシリーズ17】

企業の質を体現する“現場の自覚”の育て方！

難しい人間関係の基本的な部分を見るための『まねじめんと』

【一人の担当で企業全体が決めつけられる】

本当のところはなかなか分からないのですが、“自分が受けた印象”は、必ずしも疑わないのが、私たちの特徴でもあります。

顧客や取引先には、その企業の“本当の実力”は分かりにくいものですが、その企業の担当者から受けた印象は、容易に『その企業の文化だ』、『その企業のレベルだ』と決めつけてしまうということです。

【それが“企業の質”確保の泣き所？】

いわゆる“企業の質”も、こうした“印象”に左右されることが少なくありません。

ところが、従業員の皆様にとっては、対外的な折衝も、一つの“作業”に過ぎないと感じられるケースがあります。そして“作業”なら、効率的に済ませてしまいたいと思ったとしても、無理はないかも知れないのです。

【現場での“誤解”は避けられないのか？】

現場では効率的に済ませたいという従業員の思いと、担当者から受けた印象を“その会社の質”だと思い込む顧客や取引先との間で、日々“限らない誤解”が深まっているかも知れません。

【その“誤解”は業績までをも左右する】

それが単なる“誤解”で終わるなら、問題は小さいのですが、顧客や取引先が持つ“印象”は、その後の“業績”を大きく左右しかねないものに他なりません。

少なくとも、対外的な接点を持つ担当者、あるいはそうでなくとも、電話やメールで顧客と接する担当者の皆様には、“自分の言動が会社の質の印象を左右する”という自覚が必要でしょう。

【現場の“自覚”の育て方】

ただ、そうした“現場の自覚”は、どのようにすれば育成できるのでしょうか。そして、最前線の担当者の皆様が、会社の高い質を“表現”する部隊になるためには、何が必要なのでしょうか。

非常に難しいテーマですが、このテーマに“一つの事例”で取り組んだ“経営レポート”をご用意いたしました。

【レポートを定期購読しませんか？】

レポート内容は“一例”に過ぎないかも知れませんが、分かりやすくポイントを整理しています。定期購読(有料)希望者にはレポートを毎月お送りしますので、ご遠慮なくご一報ください。



企業の“質”という言葉が最近盛んに論じられます。しかし、それは商品やサービスの質なのでしょうか。それとも、ミスなどが少ないという信頼性なのでしょうか。

ただ、“誰にその質を感じてもらいたいのか”と考えるなら、まさに顧客や取引先であるはずで、更に“企業内の誰がその質を感じさせるか”と問うなら、ここで非常に重要なテーマが浮かび上がるのです…。

少数精鋭でビジネスに取り組む皆様に、現代的な“人”マネジメントの視点から、重要なニュースやノウハウをお届けする月例『経営さぷりめんとニュース』にご意見や感想をお寄せください！

行政書士・社会保険労務士へんみ事務所

TEL : 022-292-2351

FAX : 022-292-2352

URL : <http://www.henmi-adm.jp/>

わたくしたちは、“ヒト”に関する重要課題の提言を通じて、皆様方の経営をご支援申し上げます！