

Management Club Report

Jun.2011/Vol.102

Monthly Opinion 《チームプレーの品質が勝負》

40年前に新築した自宅はさすがに痛みが激しく、とうとう一部からは雨漏りがするようになっていました。Aさんは子供の頃から長年住み慣れたこの家には多くの思い出があり、それだけに捨て難い愛着を強く抱いていましたが、家族からの強い要望もあって、ついに建て替えを決意することになりました。

住宅展示場を回って気に入ったハウスメーカーに工事を依頼することに決めました。たまたま担当した営業マンのBさんが誠実な人柄であったこともこの会社に決めた大きな理由の一つでした。「手抜き工事とは無縁に思え、アフターフォローもしっかりしている」と感じさせてくれたからです。

図面の打ち合わせや照明器具などの選定は設計担当者で行いましたが、営業担当のBさんも可能な限り同席し、設計担当者が渋るようなAさんからの要望にも、Bさんが間に入りうまくまとめてくれたりしました。

そして、工事費の値決め交渉の段階では、Bさんが上席である営業課長を連れてやってきました。営業課長の決裁権限内の価格で交渉は成立しましたが、これまでの経緯をすべて知っているBさんが同席していたため、ややすれ違いそうになった場面もスムーズにクリアすることができました。

会社側の利益を考えながらも、Aさんの利益も守ろうとしてくれたBさんに対しては、更に大きな信頼が生まれました。

工事が始まってからは、現場の責任者が直接の窓口となり、工事の進捗に伴って発生する諸々の問題を解決してくれましたが、それらのこともBさんはすべて承知していたようで、Aさんの安心感が揺らぐことはなかったのです。

これはひとつの例ですが、まだ出来上がっていない、これから希望するものを作って行く、そういう仕事をチームとして対応するうえでのやり方の手本となる話です。

今回は、歯科医院においてのチームプレーのあり方について考えてみたいと思います。

1

ハウスメーカーにおける“真実の瞬間”

真実の瞬間は“ヒト”によって作られる

リード部分の例え話には、チームサービス業としてのエキスが散りばめられています。どこのハウスメーカーにしようかという意思決定に、担当営業マンの人柄が色濃く影響を与えたということは、正に『真実の瞬間』そのものであり、サービス・マーケティング・ミックスでいうところの“7P”の内の“People”、即ち“ヒト”の要素が購買意思決定にはいかに重要であるかを如実