



感謝・感謝

日本の四季の移り変わりに感動しながら今年も終わりに近づいています。彩花はたくさんのお客様に支えられ27周年を迎えることが出来ました。地域戦略で大手がまねできない接近戦でお客様とコミュニケーション作りをしてリピートのお客様が増えています。「作業員からサービスマンへ」という彩花の志がスタッフに浸透していて嬉しい限りです。これからお客様に手の届くサービスを見つけて活動して行きます。1年間大変お世話になりました。来る年もどうぞよろしくお願い致します。



真摯な仕事で信用づくり

ある調剤薬局の方から電話を頂きました。内容は、彩花の仕事である「清掃」の件でした。その薬局は10年位前にショッピング街にクリニックが開院した時からで、清掃関係はその薬局の指定業者があり、当時、営業に行きましたが断られていました。それ以来10年が経過し、クリニック関係の医院が6軒にもなっています。掃除会社さんは、その指定された業者さんが入っているようです。ところが、今入っている業者は作業が悪く、対応が悪いから変えてくれと1軒のクリニックさんから薬局に相談があったようです。そんな訳で、薬局の方がホームページを色々検索して、当社に電話をくれたようです。そのようないきさつで訪問させて頂き、後日見積書を持ってクリニックにお伺いしました。すると、このクリニックの院長先生は当社をご存じでした。お話をお伺いすると、当社のお客様である「M整形外科」「H脳神経外科」の先生と友達で、「彩花さんのことは知っている」と話されました。どこで繋がっているか分かりません。そんな繋がりが契約して頂きました。これもスタッフの現場での作業対応と信用からだ改めてスタッフに感謝する次第です。まだ話はこれで終わりではなかったのです。その後、薬局の方から『隣の皮膚科さんも見積りをお願いします』とご連絡がありました。この件で、信用の重要さと真摯な仕事をするのが大事とつくづく感じました。これからもこのような繋がりが出来る仕事をして行きたいと思えます。



日本のカード人口

日本のカード人口が他国より少ない理由ですが・・・
 現在、世界の企業で創業200年以上は約5600社あります。そのうち半数以上の約3100社が日本の企業です。しかも世界に12社しか存在しない創業1000年超え企業も9社が日本国内にあるのです。企業創立しても短命に終わる企業が多いのですが、日本は1000年を超える企業がどうして生まれたのでしょうか？
 昔、近江商人・大阪商人・江戸商人など一つの商売が日本に生まれました。
 日本人が「信用を大事に考える」ことから、長く続く企業が生まれたのではないのでしょうか。
 昔、家に通い帳というものがああり、柱にぶら下がっていました。他の国では考えられない作法でしょう。このやりとりでお互いに顔を合わせて信用を深めていたのだと思います。世界のカード人口が増えるなか、日本のカード人口が少ないのはこの信用からの商いではないかと思えます。カード社会になっても、このような日本の昔ながらの信用される仕事を大事にしていきたいものです。

※通い帳・・・掛け買い(後日払い)の月日や品目、金額などを記入しておき、のちの支払いの時の覚えとする帳簿のこと

お客様アンケート

クリーン彩花ではお掃除終了後、お客様にアンケートをお願いしています。お客様より嬉しいお声を頂きましたのでご紹介します。

- ご依頼頂いた清掃:ガラスサッシ、浴室
- お客様の満足度:★★★★★
- お客様の声:今年も申し分ないくらいピカピカにいただきました、これで気持ちよく良い年が迎えられそうです。ありがとうございました、来年もまたよろしくお願い致します！
- ご依頼頂いた清掃:エアコン(通常型、お掃除機能付き)
- お客様の満足度:★★★★★
- お客様の声:友人家族からの紹介で、スタッフMさんを指名させていただきました。親切丁寧なクリーニングと安心できる対応、良心的な価格にて作業していただきました。エアコン2台をお願いしたのですが、あっという間に綺麗に掃除してもらい驚きました。今後ともよろしくお願い致します。

人儲け

■困ったときの助け合い

つい最近、クリーン彩花のあるお客様宅でのボヤ騒動がありました。出火そのものは大過なかったようですが、鎮火後にお客様からクリーン彩花に「大変なことが起こりました」との電話があったそうです。すると直ちに「そりゃ大変！」とスタッフが連絡をとりあい、最終的には5グループの計10人がかけつけ、現場で掃除を手際よくおこない、綺麗にしました。「困った時は“お互い様”の助け合い」を地でいく話です。お客様から「さすが彩花さんですね」と感謝の言葉をいただいたそうです。

「彩花スタッフもなかなかやるね〜😊」と“伝説”として語り継がれるエピソードだと思います。

■頼られる存在

このエピソードに、社会における会社の存在意義について考えるヒントがあるように思います。

クリーン彩花は「おもてなしの心」をもとに「お客様に喜んでいただく」ことを使命として掲げ、社内で繰り返し確認し、お客様にもお伝えしています。そのことが今回の緊急時に、お客様から頼っていただくことにつながったと思います。

そして「本当に助かりました」と心から喜んでいただき、スタッフ全員も

「喜んでもらってよかったね〜」ということで共通体験として

記憶に残る実践となりました。



■届く情報と届かない情報

最近、それぞれの企業が自覚したいという存在意義を「パーパス」という言葉で表すことがあります。存在意義というところがちょっと堅くなりますが、会社の根っこにある「こういう存在でありたい」という強い“思い”とあってよいと思います。

でも、会社の存在意義はお客様に共感してもらってナンボの世界、肝心なのは一方通行のサービスやマーケティングではなく、「この会社のスタッフの姿勢は共感できる」「（だから）この会社は信じ任せられる」という、人間的なコミュニケーションです。

現代社会では情報化の逆説として、届かない情報、残らない情報が膨らむ一方です。そんな時代だからこそ、「嬉しい経験」や「ホッとする体験」というかたちで人の感情や情緒の部分に訴え、深く残る価値提供が重要になってくると思います。

■人儲けの時代

今回のような緊急の救助隊出動が必要なときは、徒らにスケール（大規模）や効率を追わない、スモール（中小企業）だからこそ可能です。それも普段から相互に顔の見える、双方向の心のやりとりが常日頃に重ねられてこそその世界だと思います。

そう考えると、“お互い様”のマインドはこれからの会社や組織にとって大切な試金石となりそうです。

お客様との双方向コミュニケーションを深めていくことが、

「人儲け」を呼び込み、長期持続の「お金儲け」にも

つながっていくのではないのでしょうか（らく）

