



個人サロンオーナーとコンサルタント のための自分マネジメント

=ファンを作れる【自分】になる！

LBC勉強会 2021.1.22

鶴 泰弘

<講師プロフィール>

鶴 泰弘 (Yasuhiro Tsuru)

- ・ビジネスコンサルタント/ライフ・チェンジングナビゲーター
- ・LBC 代表
- ・戦う力研究所代表 / NPO法人シンフォニック・コミュニティ代表



LBC
Lifechanging Business Creation

【誕生】

- ・1962年7月13日長崎県佐々町で生まれる
- ・血液型はAB型
- ・実家はパパママストアの電気店
- ・父親は障がい者手帳を持っていたが、誰にも（息子にさえも）そう感じさせない人だった

【保育園】

- ・毎日、親に付き添ってもらえないと通えない、親が返ると泣きじゃくる子だった
- ・かまぼこの板を捨てずに集めて貰って、それで積み木をして一人で遊ぶ、そんなことも



【高校】

- ・1978年県立佐世保西高校に入学
- ・1年生1学期の期末試験。なぜか70位から16位に大躍進。「自分はやればできちゃう」という思い込みの始まり
- ・部活は軟式テニス部
- ・3年のとき、自分のせいでインターハイ出場を逃す。いまだに後悔してる



【小学校】

- ・1969年佐々町立口石小学校に入学
- ・好きな科目は、算数と社会
- ・習い事は、剣道と珠算を少々
- ・地区のソフトボールチームではエースで3番
- ・上から目線なので、同級生の悪ガキ達や女子からは嫌われていた。軽いイジメを体験

【中学校】

- ・1975年佐々町立佐々中学校に入学
- ・軟式テニス部に入部。毎日、猛練習。楽しかった
- ・3年生のとき、県大会で準優勝

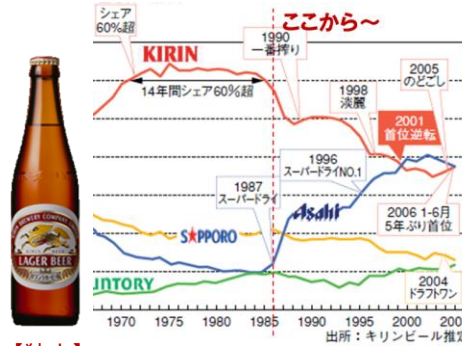


【大学】

- ・法政大学経済学部に入学
- ・サークルは、ハングライダー
- ・練習中に落下。頭の中で走馬燈が走った。マジで死んだと思ったが、無傷だった
- ・バイトは、コーヒー専門店。紅茶専門店、配膳会。遊びはビリヤード。
- ・3年時、宣伝会議「コピーライター養成講座」に入校。コピー（はと）にかくへたくソだったが、これが今の仕事に繋がっている

【就職】

- ・1985年(株)ファースト(マーケティング代理店)入社
- ・資生堂チームに配属
- ・ここでは、自分は敗戦処理投手だった



【独立】

- ・1997年独立。「戦う力研究所」設立。現場主義型営業企画コンサルタントとして活動開始。
- ・自分の働きがダイレクトに業績に影響する規模の企業のコンサルがしたかった
- ・2002年NPO法人シンフォニック・コミュニティ設立
「世界中の“夢”の現実化をサポートしたい！」という“夢”を追った
- ・資金と能力不足および非営利事業に対する社会の誤解と闘いつつも、想像を超える人の支えに恵まれる

【女性の起業支援開始】

- ・NPO活動の中で、「競争」的社会から「共創」的社會へ変わるには、女性のチカラこそ有効で重要と確信
- ・2013年「女性の小資金・夢Biz起業塾」を開始。女性起業家に絞って起業支援を開始
- ・ビジネスで活躍する女性をもっと増やしたい!
- ・ゼロから始める女性でも成功できる「起業メソッド」を構築したい!

【転職→天職へ】

- ・1987年恩師・土平恭郎に誘ってもらって(株)MCRへ。人生が変わった
- ・入社直後(アサヒスーパードライ発売の年)より、外部プレーンとして、キリンビール(株)の営業力革新プロジェクトの一員となる機会を得る。
- ・第一次ビール戦争(史上最大のシェア逆転劇)を最前線・当事者として経験
- ・戦略とは何か、マーケティングとは何か。その精髓を実体験として学ぶ



サービス業の特徴

- サービスは、人を通じて提供される
 - ほとんどのサービス業は、人を通じてしか提供できない

サービス業において接客者の影響力はめちゃデカイ！

- 接客者がロイヤルティや客離れに強く影響する
 - 最高のサービス体験
 - 最悪なサービス体験
 - ↓
 - 接客担当者が要因となるケースが圧倒的に多い
- 「ロイヤルティ」・・・顧客が特定のブランドに対して感じる「愛着や信頼」
- 「ロイヤリティ」・・・「特許権」「商標権」「著作権」といった特定の権利を利用する「権利使用料」

サービス業では「人」が勝負を分ける

- 「人」は数少ない、お客様に見える要素
= どこを使うかの、重要な判断要素
- 「人」がお客様にサービスを提供する。
= サービスの品質を大きく左右する
- その「人」の印象が、ブランドに対する印象となる
約束したサービスを提供できるかは「人」次第
= 「人」がブランドの信頼・信用を生み出す

常に自分のモチベーションを高く保つことが大切！

- 高品質なサービスの安定的な提供
- お客様の観察、適切な心配り
- 通常とは異なる柔軟なサービスも提供できる状態

なぜ、サービス業ではモチベーションを保つのが難しいの？

- 自分の感情と仕事上の役割との葛藤

- 態度の悪い顧客にも明るく親切に対応しなくてはならない
- 自分と合わない客にもうまく合わせなければならない

- 経営者の自分と接客担当者の自分との葛藤

- 経営を優先すべきか、顧客満足を優先すべきか
- 顧客間の平等性を大切にするか、目の前のお客様への対応を大切にするか

「感情労働」って言葉を知っておこう

- 感情労働とは、業務上で感情のコントロールや表現が不可欠な職業のこと。肉体や頭脳だけでなく「感情の抑制や鈍麻、緊張、忍耐などが絶対的に必要」である労働を意味する。
(類語: 肉体労働、頭脳労働)
- 接客者は顧客の期待に応えるため自分の感情を抑制しなくてはならない
 - 接客スタッフに求められることに応えるために
 - 明るく親切
 - 心配りが行き届いている
 - 誠実で控えめな人柄
 - 表情や態度、声のトーン、言葉づかいの適切さ
- 感情労働の度合いが強くなったとき、自分のパフォーマンスが大きく低下する＝注意が必要

サービス業におけるモチベーションの上げ方（計画）

- 自分が対応したい顧客ニーズに貢献できる仕事をする
 - 無料勉強会⑥ペルソナの本当のニーズ(潜在ニーズ)のみつけ方
- 自分が本気で打ち込める商品をつくる
 - 無料勉強会⑦売しやすい&満足度が高い商品構成と継続講座型バックエンドのつくり方

サービス業におけるモチベーションの上げ方（日常）

- 自分の仕事の有意義さを、いつも確認する
- 積極的に学ぶ＝出来ることを増やす
- お客様からのフィードバックを受け取る（上手に催促♪）
- 接客前シミュレーションで顧客Happyをイメージして臨む
- 目標・得るべき成果を設定し達成する（達成感を味わう）
 - 高い目標を受け入れるだけで、モチベーションが高まる
 - 機会を見計らって、成果を意図的につくり出す（時間の傾斜配分）
- 自分の変化（成長）を見つける
 - 定量と定性と両面から

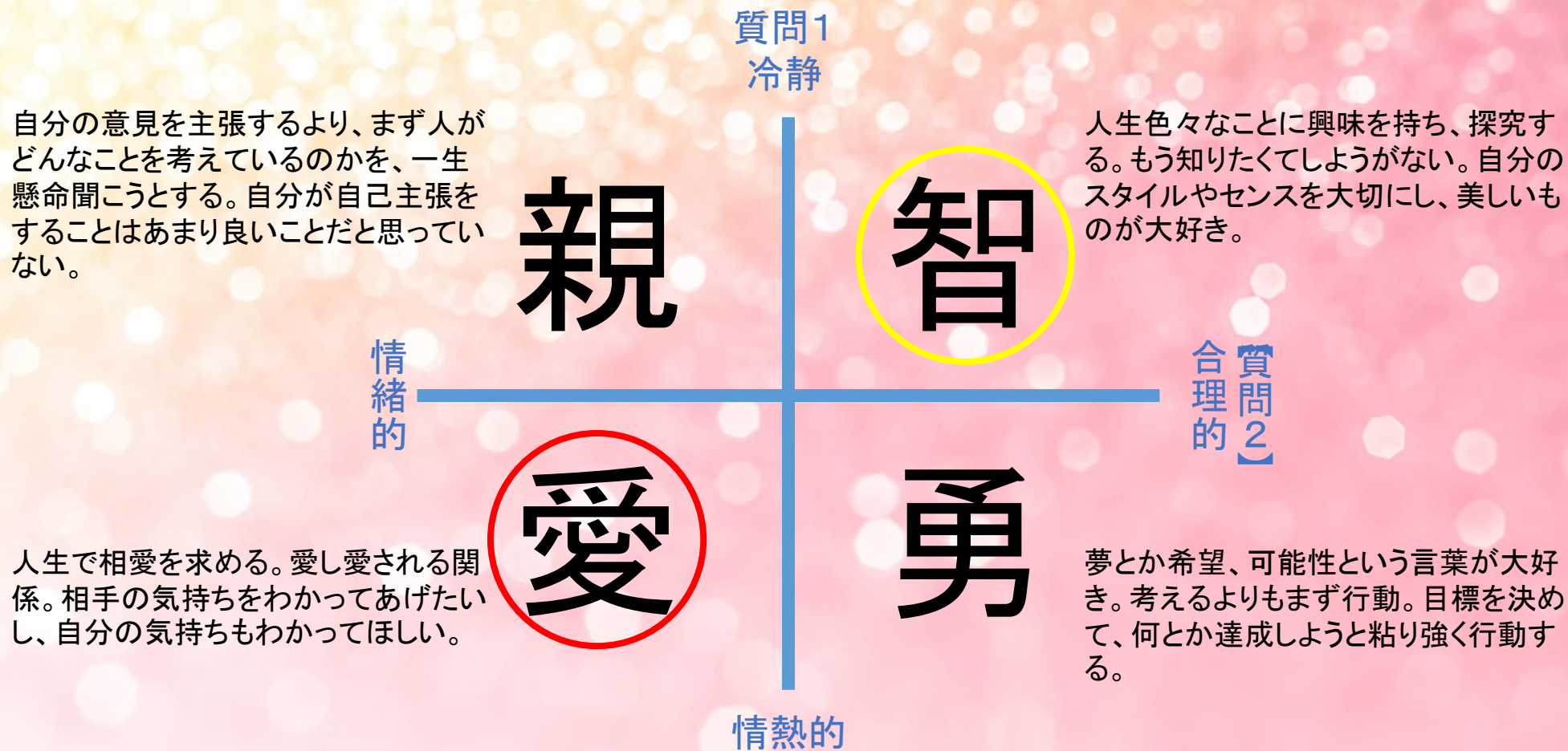
個人サービス業の成功のために一番大事な資質とは？

• その答えの前に、2つの質問・・・

1. あなたは、情熱的(HOT)ですか、それとも冷静(COOL)ですか？
2. あなたは、合理的(DRY)ですか、それとも情緒的(WET)ですか？



個人サービス業の成功のために一番大事な資質とは？



【個人的な仮説】

大手企業でなく小企業・個人事業を選ぶ人は『愛』の資質を求める傾向が強い。
あわせて、『愛』の対極の『智』の資質も併せ持つと、非常に尊重される

本日の受講に感謝して。
ささやかですけど、、、

本日中のお申込みで。。。 (日程は別途調整)

- ・ 60分 / 15,000円+税・・・【特典:本日申込】10000円+税
- ・ 120分 / 24,000円+税・・・【特典:本日申込】16000円+税