
**【ご提案】
店舗調査のご提案**

株式会社インソース

■店舗調査を行うメリット

すべての課題を一気に解決することができます！

【課題と解決策】

◆メリット1 具体的な行動基準の明確化

会社として、各店舗におけるお客さま対応がどうあるべきか具体化できていない。

⇒店舗調査のための調査項目を策定することで、各店舗におけるお客さま対応がどのようにあるべきか、具体的な行動基準として明確化することができます。

◆メリット2 各店舗および会社全体の課題の明確化

会社として、各店舗の現状を把握できていない。

⇒店舗調査によって、各店舗の現状を把握でき、会社としての課題を明確にすることができます。

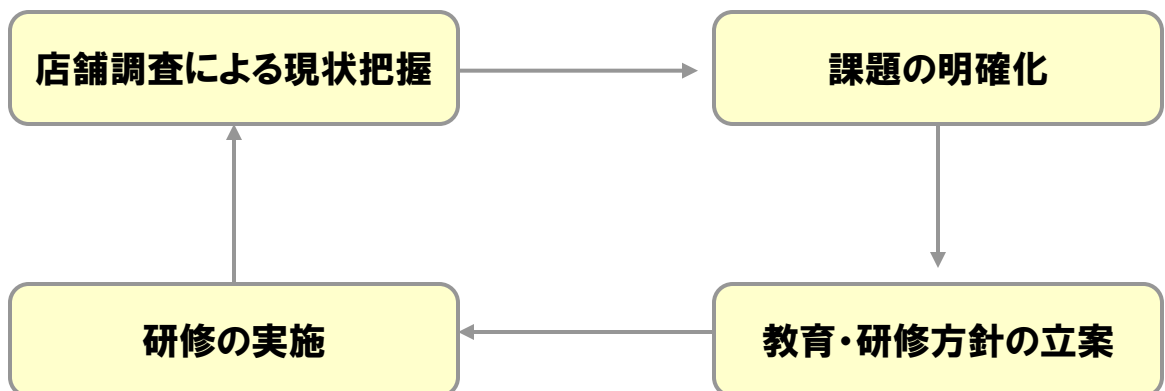
◆メリット3 課題をふまえた教育・研修方針の立案

そのため、店長や店舗スタッフに対する教育・研修の方向性が定められていない。

⇒店舗調査によって、課題が明確になれば、今後の教育・研修方針を立案するのが容易になります。

■効果的かつ効率的な教育を実施していくために

店舗調査による現状把握⇒教育計画の立案⇒研修実施⇒店舗調査（研修効果の測定）のPDCAサイクルを繰り返すことで、効果的かつ効率的（最小限の時間・コスト）で教育サイクルを回すことができます。



■ メリット1 ～具体的な行動基準の明確化

- ・具体的な評価シート策定により、店舗スタッフがとるべき行動基準を明確にします。
- ・弊社より一方的にご提供するのではなく、貴社のご意見を取り入れ、貴社オリジナルの評価シートとすることで、貴社独自の行動基準が出来上がります。

(評価シート例)

基本	1	表情	4 笑顔がある。目を合わせている。表情に動きがある。	2
			3 笑顔があり、目を合わせているが、表情の変化に乏しい。	
			2 多少笑顔はあるが、表情が硬い。目が笑っていない。	
			1 笑顔がない、あるいは目を合わせていない。	
	2	話し方	4 早口でなく、お客様とスピードが合っていて、お客様が聞き直すことがない。スピード、“間”が適切で、お客様との会話のキャッチボールが大変スムーズなトークになっている。声のトーンや抑揚に笑顔が感じられる。	2
			3 スピードが、ほぼお客様と合っている。会話の流れがスムーズで、適度な“間”がある。声のトーンや抑揚に笑顔が感じられる。	
			2 スピードやトーンに適切でない時があり、一部聞き取りにくい部分がある。	
基本			1 スピードやトーンが適切ではない。声に元気がなく無愛想な印象を受ける。	3
	3	言葉遣い	4 全体をととして、正しい言葉や敬語を使い、丁寧に應對している。「よろしかったでしょうか」などのファミレス用語、「うん」という返答、「ごめんなさい」という口調などがない。	
			3 ほぼ正しい尊敬語、謙譲語を使っている。また語尾止め、なれなれしい言葉を含め言葉遣いで気になる部分がない。	
			2 尊敬語・謙譲語・丁寧語を正しく使われない部分がある。または、語尾止め、なれなれしい言葉が目立つ。	
			1 尊敬語・謙譲語・丁寧語を正しく使っていない。または語尾止め、なれなれしい言葉が多く不快に感じる。	
ポイント	4	業務知識(業務に必要な知識を有している)	4 周辺知識を含む正確な業務知識を有しており、自分の知識の確認のために、資料を探したり、他の職員に相談するなど、應對を中断することなく、一人で説明を行っている。	4
			3 業務知識はあり、應對を中断することはないが、パンフレットや資料をみながら説明することがたまにある。	
			2 業務知識が少なく、自分の知識の確認をするために應對を中断することがある。	
			1 間違った回答をするなど、業務知識があるか疑わしく、應對者としてふさわしくない。	
	5	商品のメリット・デメリット	4 お客様に有利な情報だけでなく、不利な情報・リスクについてもお客様にわかりやすく伝えられている。	3
			3 不利な情報・リスクは伝えられているが、有利な情報に関してはお客様への伝え方が不十分である。	
			2 有利な情報は伝えられているが、不利な情報・リスクに関してお客様に伝えられていない。	
ポイント			1 有利な情報、不利な情報・リスクともお客様に伝えられていない。	1
	6	あいづち・うなずき	4 表情豊かに、かつタイミングよくうなずき、「はいどうぞ」、「さようございますか」、「かしこまりました」、「承りました」、等、バリエーションのあるあいづちを使い分けていて、聞いていて心地良く感じる。	
			3 タイミングよくうなずき、適切なあいづちがある。	
			2 うなずきが少ない。また、あいづちがお客様の言葉と重なり、タイミングが悪く不適切な“間”がある。あるいは、「はあ」、「はい、はい」等の、不適切なあいづちがある。	
			1 うなずきがほとんどない。または、ほとんどあいづちを打たない。	
ポイント	7	クッション言葉	4 「お手数ですが」、「ご足労をおかけしますが」等、気持ちのこもった温かみのあるクッション言葉を使っている。	1
			3 「お手数ですが」、「ご足労をおかけしますが」等、複数のクッション言葉にバリエーションがある。	
			2 クッション言葉を正しく使っているが、多少の不足気味であり、もう少しクッション言葉を使ったほうが良い印象がある。	
			1 使うべきところで、十分にクッション言葉を使っていない。	
	8	質問力	4 お客様の状況や潜在的なニーズを確認するために、確認すべきことを漏れなくスムーズに質問している。	1
			3 回答するために必要な質問を自発的・積極的に行っている。	
			2 回答するために必要な質問が不足しており、話を戻して質問したり、二度質問するなどしている。	
			1 質問をしない。	

<弊社評価シートの特徴>

- ・単に「できている、できていない」や「良い、悪い」ではなく、具体的に「●●ができていない(または、できていない)」の4段階評価とすることで、客観的な調査が可能です。
 - ・貴社独自の項目を入れ込むことで、評価シートがそのまま店舗での行動基準として準用できます。
- (例: 3つの保険を説明しているか、帰り際に次回予約をおすすめしているか 等)

■メリット2 ～各店舗および会社全体の課題の明確化

- ・インソース独自の評価および分析によって、各店舗および会社全体としての課題を明確にします。

◆店舗別評価分析

「〇〇〇〇薬局」の各店舗の応対品質の傾向と改善点の要因を分析します。
分析した結果は、店舗別のレポートをご提供しますので、店長・スタッフへの個別フィードバックとして即ご活用いただけます。

(店舗別評価レポートイメージ)

店舗名 ××店 総合11位

1. 基礎データ

■窓口対応

	得点	基準点	各店舗平均点	順位
総合点	46.0 /76	53.2 ▲ 7.2	45.2 0.8	8 位 /21店舗
基本	14.0 /20	14.0 0.0	13.2 0.8	8 位 /21店舗
コミュニケーション	14.0 /24	16.8 ▲ 2.8	12.4 1.6	6 位 /21店舗
CS	7.0 /12	8.4 ▲ 1.4	6.8 0.2	6 位 /21店舗
店舗状況	7.0 /12	8.4 ▲ 1.4	8.0 ▲ 1.0	14 位 /21店舗
セールス	4.0 /8	5.6 ▲ 1.6	4.7 ▲ 0.7	12 位 /21店舗

2. 全体評価

窓口対応の評価は21店舗中、11位と全体の平均点を下回った。
店舗状況とセールスの項目が平均点を下回っている。親切な印象で、確かな知識をもとに分かり易く説明しているという良い評価がある反面、一方的な説明が問題点として挙がっていた。
お客様のご要望を正しく把握し、知りたいことを的確に伝える対応が望まれる。

3. 講評

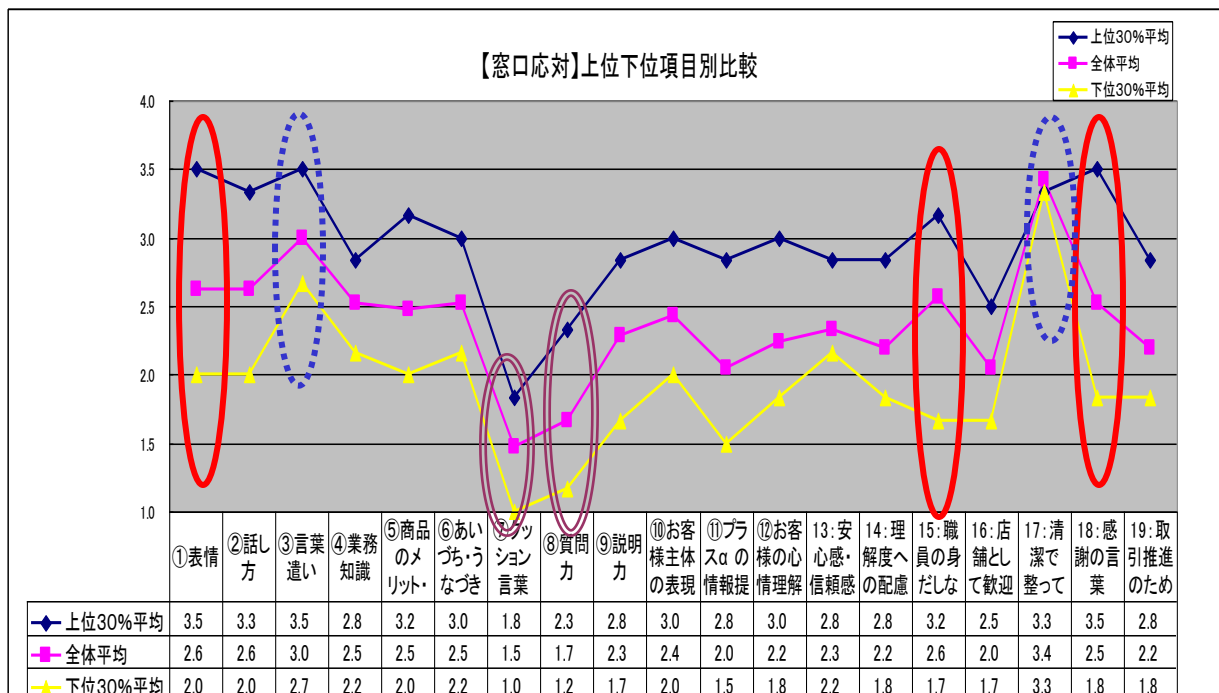
- ・窓口対応において、やや馴れ馴れしい表現や、語尾止めが目立つ。
「～なんですよ。」「～っていった、...」「～なんで...」「～のようなかたちになって...」などの言葉遣いは、できるだけ丁寧な言葉に改めたい。
- ・質問力が課題である。お客様が欲しい情報は何かを知るための質問が不足しているので、まずは、お客様のお問合わせの内容をきちんと聞き、復唱や質問で確認して、適切な情報を過不足なくお伝えできるようになって欲しい。
- ・一生懸命さが伝わる応対もあるが、お客様の状況を把握しないまま説明をしたり、否定的な表現や不躡な質問、曖昧な回答などがあり、お客様を大切にする基本姿勢を見直して欲しい。
- ・入店するお客様へ顔を上げずに挨拶がなされていた。退店時の挨拶もなく、ご来店いただいたことへの感謝の気持ちを正しい挨拶で表現したい。

■メリット2 ～各店舗および会社全体の課題の明確化

◆上位下位比較

応対品質のばらつき度合いと、応対評価の上位30%、下位30%の層別比較により、〇〇〇薬局全体としての応対品質の傾向と改善点の要因を分析します。

(上位下位項目別比較 レポートイメージ)



- ・「7:クッション言葉」、「8:質問力」は、上位30%でも点数が1.8点、2.3点と低い。全店舗にて窓口対応者の上記2項目の改善が必要となる。
- ・「1:表情」「15:社員の身だしなみ」「感謝の言葉」の3項目において、上位と下位の差が1.5ポイント以上と、大きく開いている。上位者を中心とした、組織一体での教育が必要となる。
- ・「3:言葉遣い」「17:清潔で整っている店舗」は、全体的に評価のバラつきが少なく全体的に評価が高い。

<上位下位分析の特徴>

- ・単なる平均点だけでなく、評価の「バラつき」を見ることで、会社全体として特に注力して指導すべき点を明確にすることができます。

■ メリット2 ～各店舗および会社全体の課題の明確化

◆ 評価者コメントの定性分析

応対評価の上位層と下位層で差が開いた項目に関して、評価コメントから対応の違いについて分析します。

(定性分析レポート イメージ)

「1:表情」

【評価点数4点に対するコメント】 ～笑顔が柔らかく、お客さまとのアイコンタクトがとれており、歓迎の印象を受ける。

- ・常に明るく柔らかい表情の笑顔である。(A店)
- ・柔らかい笑顔で歓迎されている印象を受ける。(B店)
- ・表情は笑顔で口調・トーンともに元気が良く、気持ちの良い応対である。(C店)
- ・お客さまをしっかり見て、笑顔でお客さまと話すことが出来ていた。(D店)

【評価点数2点、1点に対するコメント】 ～笑顔が見られず、堅さを感じる対応。窓口対応に不慣れと思われる社員が多かったため、自信のなさから堅い表情となっていた様子がみられた。

- ・入店した際に、応対者その他の社員も挨拶はなかった。店内にお客さまは他に1人だったが、社員の表情は硬く余裕のない様子であった。(E店)
- ・信頼感は感じられるかもしれないが、終始表情が硬く、笑顔がない(F店)
- ・新規のお客さまに慣れていないため、自信のなさの基本接客態度に出ていた。表情、態度はもう少し元気の良さがほしい。(G店)
- ・対応の不慣れによる自信のなさ、表情・話し方・言葉遣いなどすべてに出ていた。(H店)

「15:社員の身だしなみ」

【評価点数4点に対するコメント】 ～髪型は前髪が目にかかっておらず、服装はスーツもしくはスーツに準じた服装をしており、清潔感があり好印象であった。

- ・清潔感のある服装であった。だらしないといった印象は感じられず、好印象であった。(I店)
- ・男性・女性ともほとんどがスーツ・黒髪であり、不快な印象はなく、清潔感を感じた。(J店)
- ・社員の服装も整えられており、清潔感のある服装であった。(K店)

【評価点数1点に対するコメント】 ～スーツを着用している社員とカジュアルな服装の社員が混在しており、全体的な統一感がない店舗があった。
また、ネイルアートなどお客さまが不快と感じる服装の社員もみられた。

- ・対応していた女性はボーダーのニットを着用していた。髪形は整えられていて、清潔感があった。しかし服装がカジュアルであったので金融商品を扱う社員としての信頼感には欠ける。他にスーツの女性社員が2名いたこともあり、全体としての統一感も感じられなかった。(L店)
- ・髪をまとめている方も前髪がばさっとおちていて中途半端な印象を受けた。(M店)
- ・茶髪、ネイルアート、巻き毛などとても金融とは思えない服装、身だしなみの女性社員が多かった。(N店)

■ メリット3 ～課題をふまえた教育・研修方針の立案

- ・店舗調査による各店舗および貴社全体の課題を踏まえ、最適な今後の教育・研修方針を具体的にご提案致します。

(店舗調査による課題を踏まえた具体的ご提案 イメージ)

◆「終了挨拶」、「お帰りの次回予約」の強化 ～接客の締めくくりを改善する

接客の締めくくりについて、改善することが求められます。

接客終了時に「ご不明な点はございませんか。」とお客様に満足していただけたかどうかを確認する、最後に自分の名前を再度名乗ってから終了挨拶をするということを常に意識して自然に出てくるようになれば、より一層満足度を高められます。

ケーススタディを作成して、ロールプレイングによる反復練習で自然に口から出るようになるまで、身につけていただくことをおすすめします。

◆クッション言葉を使った質問力の強化 ～お客さまの要望へ対応強化

「クッション言葉」の項目は、全店舗平均が1.5点と非常に低い評価となっている。また、それに付随して、「質問力」の項目についても、課題項目として挙げられているものであり、改善を促進していただきたいと存じます。

お客様の要望に合わせたご提案をし、取引促進をしていくためにも、クッション言葉を使用して、丁寧に質問をすることでニーズを聞き出し提案すること、不安を抱えて相談しているお客様の立場に立った接客について、意識してロールプレイングなどの練習を通して、身につけていただくことをおすすめします。

「クッション言葉」「質問力」は一朝一夕では身につかないため、全店舗共通のヒアリングシートを作成して、OJTによる指導でスキルの習得と、ひかり薬局としての統一感を醸成していかれることをご提案します。

◆窓口対応者の接客スキル強化 ～スタッフ間のスキルのギャップを埋める

お客様の本来の目的であるニーズを聞き出し、提案するという「質問力」「プラスαの情報提供」「お客様主体の表現」の点数が低くなっています。窓口対応では、対応に「不慣れな」スタッフが多い印象がありました。自信がないために接客から逃げてしまう傾向も多く見られました。

このようなことが、点数低下の要因として挙げられます。知識のあるスタッフに接客をすぐ交代できる体制とするか、窓口対応者の接客レベルの向上を図る環境を作ることが重要であると考えます。

■店舗調査の流れ

イ:インソース
貴:貴社

STEP1 評価シートの作成

- 店舗調査に使用する評価シートを作成します。
- 店舗の店長や、成果を上げているスタッフの方にもご意見をいただくことで、現場の実態に合ったものができあがります。

STEP2 店舗調査(1ヶ月程度)

- 弊社コンサルタントがお客さまに扮して、各店舗へ実際に行って接客対応を観察します。

STEP3 評価の分析・報告書の作成

- コンサルタントから提出された評価シートを分析し、報告書を作成致します。

STEP4 報告会の実施

- 作成した報告書に基づき、店舗調査の報告会を行います。

STEP5 教育・研修方針の策定、ご提案

- 店舗調査による貴社の課題を踏まえて、最適な教育・研修方針をご提案致します。