

社内の意思伝達の精度が 上がれば売り場は変わる

実践したことをスタッフにフィードバックすることで売り場は劇的に変わる!?

私は過去29回の連載で、心理学的にお客様に伝わりやすい売り場づくり、ということに重点を置いて伝えてきました。しかし、「内容は十分理解できましたが、実践段階でなかなか思い通りにいきません」という声を頂くことがあります。相談に乗ると、大抵そこには重要なポイントが抜け落ちていきます。それは、お客様に伝わる売り場を作るために必要不可欠な「社内伝達力」がないのです。つまり、一緒に働くスタッフ同士の意思疎通が正しく行われていることが、お客様に伝わる売り場づくりに必須条件だということ。なぜならば、店長が指示した通りにスタッフが動いてくれないという事象が生じる原因は、社内伝達が上手くいっていないためであり、店長の真意を理解できていないスタッフが作り上げた売り場が、店長の思い描く通りになるわけがないからです。そこで、今回は「社内伝達力」を高めるための方法を解説したいと思います。

行動できないのは 伝え方が悪いから

まず伝えたいのは、スタッフ

が望むような行動や成長をしてくれないとしたら、原因はそのスタッフではなく、自分にあるという認識を持つて頂きたいということ。スタッフは決して成長意欲がないわけではなく、指示通りの行動をしないわけでもありません。そのため、いわゆる「これだからゆとりは…」なんて言っているうちは、何も解決しません。スタッフが行動できないのは、伝え方が悪いのです。「社内伝達力」を高めるために必要となるのは、行動の明確化です。例えば、売り場プロモーションに関して具体例

を出すと、あなた(店長)は、新台告知を掲示する場所・数・向きについて、毎回一つずつ細かく指示していますか？そして、その指示は営業戦略に基づいていますか？ また、指示した行動に対するフィードバックは行っていますか？指示をしてそれで終わっていませんか？ 恋愛関係において、男性はよく「言わなくても分かるだろう」と勝手に思い込んで、愛情表現を言葉に表すことを出し惜しみします。女性から言わせれば、「ふざけんな！」です。想いは言葉にしなければ伝わりません。仕事でも同じ。指示された行動を行っても、何もフィードバックがないのであれば、それ以上の行動をしないのは当たり前です。やったところでそれが正しいのか間違っているのかすら分からないのですから。特に、「ゆとり世代」は、やらなくてよいことはやりません。しかし、裏を返せば、

明確に行動を指示してあげれば、実践します。言わなくてもこちらが望むことをやってくれるなんてひと昔前のスーパー社員を望むのはもう止めましょう。指示(教育)する側が、どれだけ伝達力レベルを高く情報発信するかで、スタッフの成長度は変わってくると言っても過言ではありません。

行動の内容を 数値化する

では、具体的な行動の指示をするためにはどうしたら良いか。最も簡単な方法は数値化することです。例えば、店長が「土曜日にピーク稼働を作ろう！土曜日は女性客の割合が増えるから、さらにその部分を伸ばそう！」と考えた指すのであれば、どのような売り場づくりが適正でしょうか。例えば、女性のお客様の固定客化を狙うため、過去の連載で紹介した、損失回避性を活用して、女性のお客様に貯玉してもらえようという取り組みという方法が考えられます。では、このような売り場を作るために、あなたなら

どのように指示しますか？「損失回避性を使った貯玉告知を退店導線に増やしておいて」くらいの曖昧な指示をしませんか？ この指示の仕方では全く伝わりません。まず、あなたの「増やす」と、指示を受けたスタッフの「増やす」は違います。また、「損失回避性を使う」とはどのようなキヤッチコピーで書くのでしょうか？

うか？ この指示だけでは全く伝わらないです。だからこそ、具体的に「退店導線で50%以上、損失回避性を使った女性向けの貯玉告知を掲示しておいて。必ず設置して欲しい場所は、景品カウンターに3枚、メダルカウンターに1枚、精算機に1枚、退店方向に設置されている風除室に3枚(できればイーゼル・ポス

ターなど媒体も指定)ね。キヤッチコピーは、貯めないなんてもったいない！」で40〜50代の女性の写真使って作って」といった指示をします(※売り場の数値化は割愛させて頂きます)。ここまで具体的に指示し、数値化することで、誰でも同じ基準で話ができるようになるので、正しい意思疎通が行われ、店長のイメージした売り場ができあがります。

また、指示をした後のフィードバック(褒める)も欠かせません。なぜならば、そのフィードバックがスタッフの次の行動へのモチベーションに繋がるからです。つまり、心理学の「オペラント条件づけ」を活用するのです。「オペラント条件づけ」は、スキナー箱の実験が有名ですが、ブザーが鳴ったときに偶然ネスミがレバーを押すと餌が出てくるように設定しておくこと、以前はブザーが鳴っても何もなかったネスミが、ブザーが鳴ったときにレバーを押す行動をするように学習するということです。つまり、指示通りの行動ができた時に、正しくフィードバック(褒め

る)することによって、当然、自発的な行動を学習していく(フィードバックを得るためのモチベーションが育つ)のです。もう一度言います。スタッフに伝わらないのは伝えている側の責任です。小学生でも分かるような指示をしてこそ、胸を張って「指示した」と言えます。「これくらい分かるでしょう」と考えるのは怠慢です。異なる価値観を持つ者同士のやり取りに必要なのは、細かすぎるくらい細かな指示です。特に女性スタッフは、丁寧に対応してくれることに価値や安心を覚えます。ここまでやれば、あなたの指示はスムーズに通るようになり、勝手にスタッフが成長してくれるため、最終的にはあなたが楽になる環境ができあがります。最初こそ大変ですが、是非、取り組んでみてください。

心理学用語

オペラント条件づけとは？

報酬や嫌悪刺激(罰)に適切して、自発的にある行動を行うように学習すること。例えば、「レバーを押せば餌が出る」という経験を繰り返すことで、自発的にレバーを押すようになるということ。



また、指示をした後のフィードバック(褒める)も欠かせません。なぜならば、そのフィードバックがスタッフの次の行動へのモチベーションに繋がるからです。つまり、心理学の「オペラント条件づけ」を活用するのです。「オペラント条件づけ」は、スキナー箱の実験が有名ですが、ブザーが鳴ったときに偶然ネスミがレバーを押すと餌が出てくるように設定しておくこと、以前はブザーが鳴っても何もなかったネスミが、ブザーが鳴ったときにレバーを押す行動をするように学習するということです。つまり、指示通りの行動ができた時に、正しくフィードバック(褒め



なかしま あきこ
1983年岐阜県生まれ。中京大学大学院卒業。2010年：心理学検定1級取得。2011年：認定心理士取得。現在は売り場プロモーション調査の責任者として、全国のパンコ店を数値化。数値化したデータをもとに店舗の改善案を提案する「売り場カルテ」を拡めている。さらに、女性目線を踏まえた研修・セミナーには定評がある。



「花の慶次」の
新台プロモーション事例