

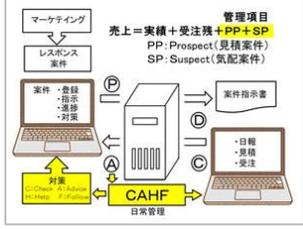
MMQCとは「もっと儲かる業務改善」で「業務改善は、人づくり、品質づくり」を実践する着実・前向き・具体的な活動です。

フレイル化した組織を活性化する

右上は「この指、とーまれ！」というイラストです。QCサークル用イラスト・カット集から取っていますが、このような浮いた感じを実感している方が多いのではないのでしょうか。特に、この2年半ほど続いたコロナ禍で「3密回避」や「非接触」がキーワードになって「人の動き」が大幅に減少しました。その結果、物流も減少して社会的に経済活動が低迷したのです。国は雇用調整助成金を打ち出し、企業に「点滴」を施しましたが組織的にフレイル(虚弱)が浸透しました。「動き」が悪くなり「人」と対面で会わなくなった結果、「業績」が低下する悪循環です。



ようやく、コロナ禍の出口が見えてきたが、「勢い」をつける為に経営者が「戦略」をしますが、フレイル化した組織では「浮いた」状態になり、「面従腹背」の状況に陥ってしまいます。この「勢い」をつけるのに「伴走型支援」が話題になっています。例えば、金融機関と企業の間で税理士が入り経営改善計画をコミットして融資を受ける形式があります。確かに、経理の面で数字を把握するのでPDCAサイクルを回して対策を打ち出せますが、右上の状況になった場合、手の打ちようがないケースがあります。



右下は弊社が展開するFaxDMでマーケティングする支援の構図です。大きくはPDCAサイクルを回しますが、その中にC:CheckとA:Actionの間に黄色で示すCAHFサイクルを入れているのが特長です。つまり、当事者だけで善循環すれば良いのですが、意外に管理が不十分な企業が多いのです。C:Check, A:Advice, H:Help, F:Followの4視点ですが

PDCAとCAHFの2本柱を「Do指示」でマネジメント！

そもそもCheckが上手く行っていないケースが多いのです。何故なら、日報を介して報告を受けるので最低でも1日遅れになってしまうので「後出しジャンケン」状態なのです。右上にPPとSPに黄色を塗っていますが、受注すると変更は不可なので、条件を変更出来るタイミングはPP(Prospect:見積)やSP(Suspect:気配)の段階だけなのです。FaxDMで得たレスポンスを「Do指示」として提供してSP(気配)案件の管理が始まるのです。多くの現場では渡しっ放しになって「何」を「誰」という記録が残っていないのです。これを系統的に記録して「あれ、どうなった？」と訊くタイミングを指示する事がポイントです。つまり、「あれ、どうなった？」と訊くというシンプルな事が管理の第一歩ですが、これが疎かになっています。

ワンポイント・アドバイス

「3つの「一」(一番・一体・一流)の根幹は「一体化」にあると考えています。現場のコミュニケーション不足を解消する、特に、組織の上下関係は「Do指示」のシステム化がポイントになります。タイミングをマネジメントする事で機会をメイクする事につながりSPIN法やFABE法という商談の質的変化がムリなく起こります。「関心」をシステム化する事です。

「聞く・聴く・訊く」の3段階ですが、管理側から「訊く」事が重要なのです。シンプルに「あれ、どうなった？」と訊く習慣から現場のコミュニケーションが変化するのは。例えば、SP(気配)案件から商品が煮詰まって品番などが明確になるとPP(見積)案件にシフトしますが、SPIN法(Situation:状況、Problem:問題、Implication:示唆、Need-payoff:解決)の原則に従って管理者が状況を訊き、課題を明確化し対応策を示唆してより良い解決策をサジェスト(示唆)する事がお客様から見て意外性サービスになって感動を与える事につながるのです。

この段階への第一歩がPDCAの中でCAHFを実践する事なのです。「あれ、どうなった？」というシンプルな声掛けのキッカケを「Do指示」としてシステム化事がポイントです。そして、記録してアラームを出すタイミングを示す事で現場のコミュニケーションが変わり、「3つの「一」(一番化・一体化・一流化)への「勢い」と「流れ」が生まれます。ホンマ、シンプル イズ ベスト！