実例で学ぶ！ドラッカーで苦境を跳ね返せ（第12回）

何を測定するか編 褒め言葉を数えてやる気アップ

2016.09.01

前回は、技術とサービスを提供する美容院を例に、顧客満足の正体をひも解いていった。そこで見えてきたのは、従業員の意識を経営者や技術だけではなく、顧客に向けさせる工夫だった。後編では、美容院が提供できるソリューションが顧客の何を解決するのか。その際に、何を測定し、どう評価するのかなどについて、具体的な解決方法を紹介する。

ドラッカーに学んだ先輩企業（9）「BALANCE.」（後編）

●ドラッカーの言葉
「管理のための測定を行うとき、測定される対象も測定する者も変化する。測定の対象は新たな意味と新たな価値を付与される。したがって管理に関わる根本の問題は、いかに管理するかではなく何を測定するかにある」
（『マネジメント【エッセンシャル版】』）

〈解説〉成果は指標なくして評価できない。成果とは、意識を向けることが難しい外の世界にあるからだ。では何を指標とし、測定するか。重要な問題である。何より顧客に起こった変化を測定することだ。顧客満足などという曖昧なものではない。これまで目を向けることのなかった、より具体的な変化を測定するのだ。そのことで社員の意識と行動が変わる。こうして生まれた変化は直ちに顧客に届く。

――2年来の謎が解けていった。

2013年秋、美容室を経営するBALANCE.（岡山県倉敷市）の才野裕識社長は、ドラッカーに学ぶ経営セミナーに参加した。

その2年前、5人いた社員のうち4人が一斉に退職するという手痛い経験をしていた。自分の何が悪かったのか。その疑問がいつも頭のどこかにあった。

結局のところ、ヘアカットの技術ばかりを追い求めていたからだ。ドラッカーの言葉に触れて痛感した。自分が腕を磨いてコンテストに入賞し、名を上げれば、顧客は喜ぶと信じていた。だが、それは間違っていた。

しかも、そんな勘違いから、社員を手足のように使っていた。カットを手掛けるスタイリストは自分だけ。社員は全員アシスタントだった。自分の存在意義が感じられない職場で、社員はやる気を失い、不満を募らせていたのだろう。

顧客に何と言われたいか… 続きを読む