

「サービスの3ステップ」は、最高レベルの サービスを実現させるための第一歩！

導入は簡単。予算もほぼ0。

結果はすぐに出始めます。

著者

コンテンツ提供者：

ビジネス勉強会ファシリテーター

コンサルタント 清水健一郎

日本第一号のリッツ・カールトンオープニングメンバー

リッツ・カールトンを退社後、街場の小規模飲食店に勤務、

リッツで学んだノウハウを活かして店舗の立ち上げや建て直しに成功。

その後、オーナーサービスマンとして飲食店を開業。経営者となる。

数々の経験を活かしコンサルタントとして、ビジネス勉強会のファシリテーターに就任

読み上げ：友松はじめ

参考文献

※本レポートは作成にあたり、以下の文献を参照いたしました。

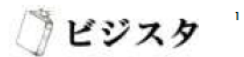
社会人として大切なことはすべてリッツ・カールトンで学んだ 彩図社／清水健一郎著

Presented by ビジネス勉強会

サービスを変える 3 ステップ°

リッツ直伝の「サービスの 3 ステップ」を導入すると・・・

- Point1** 会社、組織内のサービス向上のノウハウがわかる。
- Point2** サービスの基本、土台なので、高度なサービススキルを身につけるための基本、土台ができる。
- Point3** サービスの基本なので、導入しやすいが、お客様満足の効果は抜群にある。
- Point4** 導入が簡単で、末端の従業員にもすぐに実践してもらえるので、お客様に対する結果も早くでる。
- Point5** サービス向上に大切な事の順番がわかる。
- Point6** 導入すれば、スタッフはお客様のお名前を覚える事を意識しだす。
- Point7** 導入すれば、スタッフはお客様のニーズの先読みを意識し出す。
- Point8** 予算、時間を使わずにコストパフォーマンスの高い効果がでる。



今回は、サービスの 3 ステップについてお話したいと思います。

サービスの 3 ステップとは、私がリッツ在籍中のクレドカードに記載されていたザ・リッツ・カールトン・ベーシックの 3 番目に記載された内容のこと。

1. あたたかい、心からのご挨拶を。お客様をお名前でお呼びするように心がけます。
2. お客様のニーズを先読みしおこたえます。
3. 感じのよいお見送りを。さようならのごあいさつは心をこめて。できるだけお客様のお名前をそえるよう心がけます。

この 3 つです。

クレドカードに記載されていたので、社長から末端の従業員までも定期的に読み上げていました。



これが、リッツ・カールトンのサービスの基本です。

ちなみに、このサービスの3ステップを覚えやすい様に、上司からは、『『サービスの3ステップは、ベーシックの3番』と覚えなさい。』と教えていただいていた。

サービスの3ステップをお話させていただく理由は、リッツ・カールトンにおいて、ブレてはいけない大切なサービスの基本であると同時に、「サービスは科学だ」と考えるリッツが、最高レベルのサービスを生み出すための「心理的な効果」を秘めさせたものこそ、このサービスの3ステップだからです。

今回の話を通して、次のようなことを知ることができます。

- ・会社、組織内のサービス向上のノウハウがわかる。
- ・サービスの3ステップは、サービスの基本、土台なので、高度なサービススキルを身につけるための基本、土台ができる。
- ・サービスの基本なので、導入しやすいが、お客様満足の効果は抜群にある。
- ・導入が簡単で、末端の従業員にもすぐに意識してもらえ、実践してもらえるので、お客様に対する結果も早くでる。
- ・サービス向上に大切な事の順番（一番が3ステップ）がわかる。
- ・導入すれば、スタッフはお客様のお名前を覚える事を意識し出す。
- ・導入すれば、スタッフはお客様のニーズの先読みを意識し出す。
- ・予算、時間を使わずにコストパフォーマンスの高い効果がでる。

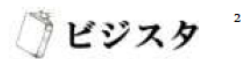
サービスの3ステップは、こういったことを実現するのです。

リッツの「サービスの 3 ステップ」内容

1. あたたかい、心からのご挨拶を。お客様をお名前でお呼びするように心がけます。
2. お客様のニーズを先読みしおこたえます。
3. 感じのよいお見送りを。さようならのごあいさつは心をこめて。

できるだけお客様のお名前をそえるよう心がけます。

たったこれだけなのに、大きな秘密が！



私のサービスの基本にもなっている、この「サービスの 3 ステップ」とは、一見、当たり前の様に思える事ですが、サービス業に従事する者にとってブレてはいけないサービスの基本・土台です。

このサービスの 3 ステップがなければ、リッツの最高レベルのサービスは実現できません。

そしてもう一つ。

サービスの基本であり土台であるため、導入時にスタッフ達に理解されやすく、実践してもらえるわけですが、「サービスは科学」と考えるリッツが、心理的効果を考えて導入したノウハウの為、費用も時間も掛からず効果は抜群なのです。

お客様満足度が上がり、売上・利益も上がります。

素晴らしいと思いませんか？

朝礼やラインナップに、この「サービスの 3 ステップ」を導入し、定期的に従業員に質問とディスカッションをしてもらうことで、サービスの 3 ステップに対してコミットするように育つわけです。

ラインナップでの質問例

●ステップ 1 に対する質問例

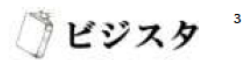
「心からのご挨拶をあなたはどう実践していますか？」
「お客様をお名前でお呼びするように心がけていますか？」
「後輩、部下に『心からのご挨拶』を、どうやって教え、実践してもらっていますか？」
「お客様のお名前を部下、後輩は認識していますか？ どうやって認識させていますか？」

●ステップ 2 に対する質問例

「最近、お客様のニーズの先読みをして喜んでいただいたエピソードを発表してください。」
「あなたはニーズの先読みをする際、お客様のどんなところに焦点をあてていますか？ 独自の焦点があったら発表して、ラインナップ(リッツ式朝礼)に参加している皆さんに教えてあげてください。」
「ニーズの先読みを行うために注意している事はありますか？」
「ニーズの先読みをして、サービスに移る際、チームワークが必要になった事ありますか？ その際、職場、会社の改善点を見つけていたら発表してください。」

●ステップ 3 に対する質問例

「あなたにとって感じのよいお見送りとは、具体的にどの様なお見送りですか？」
「実際に今、やって見せてください。」
「お見送りの際に、何に注意してお見送りをしていますか？」
「お見送りの際に、お客様に喜んでいただいた感動していただいた経験がありますか？ あれば発表してください。」



サービスの 3 ステップの活用の仕方を簡単に説明すると、朝礼、ラインナップの際に、定期的に従業員に質問しディスカッションする方法がオススメです。

サービスの 3 ステップをもう一度おさらいすると、

ステップ 1. あたたかい、心からのご挨拶を。お客様をお名前でお呼びするように心がけます。

ステップ 2. お客様のニーズを先読みしおこたえします。

ステップ 3. 感じのよいお見送りを。さようならのごあいさつは心をこめて。できるだけお客様のお名前をそえるよう心がけます。

ですね。

これを質問し、ディスカッションします。

ラインナップでの質問例としては、

ステップ1についての質問としては、

「心からのご挨拶をあなたはどう実践していますか？」

「お客様をお名前でお呼びするように心がけていますか？」

「後輩、部下に『心からのご挨拶』を、どうやって教え、実践してもらっていますか？」

「お客様のお名前を部下、後輩は認識していますか？どうやって認識させていますか？」

ステップ2についての質問は、

「最近、お客様のニーズの先読みをして喜んでいただいたエピソードを発表してください。」

「あなたはニーズの先読みをする際、お客様のどんなところに焦点をあてていますか？独自の焦点があったら発表して、ラインナップ(リッツ式朝礼)に参加している皆さんに教えてあげてください。」

「ニーズの先読みを行うために注意している事はありますか？」

「ニーズの先読みをして、サービスに移る際、チームワークが必要になった事ありますか？その際、職場、会社の改善点を見つけていたら発表してください。」

ステップ3についての質問は、

「あなたにとって感じのよいお見送りとは、具体的にどの様なお見送りですか？」

「実際に今、やって見せてください。」

「お見送りの際に、何に注意してお見送りをしていますか？」

「お見送りの際に、お客様に喜んでいただいた感動していただいた経験がありますか？あれば発表してください。」

などとなります。

このようにして、会社、職場に応じて質問しディスカッションしてください。

そうすることで、朝礼、ラインナップ参加者全員が、サービスの3ステップに意識が向くようになります。



サービスの 3 ステップに含まれる心理効果

ハロー効果とは？

「あるひとつの特徴に基づいて全体も同じように判断する」




お出迎え

滞在中

お見送り

印象に残る 3 シーンに焦点を当てる

 ビジスタ ⁴

私が、

「サービスの 3 ステップを導入し浸透すれば、お客様に感動していただける最高レベルのサービスが可能になる。」

この考えに至った背景は、お客様が語られる、リッツの最高レベルのサービスの数々をカテゴリ分けすると、サービスの 3 ステップにカテゴリ分けできる、と気付いたためです。

わかりやすい例として、リッツに来館されたお客様のお出迎えの際のエピソードをお話しましょう。

まず、リッツに来館されたお客様のお出迎えの時、初めて顔を合わすにも関わらず、お客様はベルスタッフに名前と呼ばれます。

まだ、チェックインしたわけでもないのに、です。

その秘密は、私の著書の中でも紹介した、私の先輩の増澤さんが考案した「インカム」を仕様したシステ

ムにあります。

ドアマンがお客様のお荷物のタグなどでお名前を確認し、インカムで「今、ご夫婦が来館されます。お名前は清水様です。」と情報を飛ばします。

フロント、ベルマンはタイミングよくお出迎えし、その際には、初めてお会いするお客様でもお名前を呼んでお出迎えするのです。

大半のお客様は、このサービスに驚かれ、家族、友人、知人たちにこのエピソードを話したくなります。

これが、サービスの3ステップでいう「ステップ1」ですね。

「あたたかい、心からのご挨拶を。お客様をお名前でお呼びするように心がけます。」です。

そして、滞在中のミスティーク（神秘的サービス）は、お客様のニーズの先読みを実践した、最高レベルのサービスです。

これがステップ2。

「お客様のニーズを先読みしおこたえます。」です。

最後にお見送りです。

「終わりよければ全てよし！」という言葉があるように、お客様は最後のシーンを覚えて帰られる事は多々あります。

こちらがステップ3。

「感じのよいお見送りを。さようならのごあいさつは心をこめて。できるだけお客様のお名前をそえるよう心がけます。」



となります。

レストランで食事を楽しんだ、今までで一番思い出深かった時を思い出してください。

覚えている料理はありますか？

あったとしたら、それは、一品目かメインディッシュ、それからデザートではないでしょうか？

つまり、コース料理と同じように、お客様が持って帰る思い出、インパクトは最初と最後、そして、クライマックスの時なのです。

この3つの時以外は、ほとんど忘れていても、この3つの時が良ければ「ああっ、最高に楽しかった。感動した。」というインパクトをお客様に持って帰っていただく事ができるのです。

これをハロー効果と言うそうです。

「あるひとつの特徴に基づいて全体も同じように判断する」

つまり、一つの事が高評価であれば、残りも同じように高評価していただける。
という効果。

身だしなみが整っているスタッフは、綺麗な仕事をする。

職場は清潔に保っているだろう。

と、一つの高評価から全てを高評価していただけることは、ままあるのです。

サービスの3ステップは、その大切な3つのポイントに焦点を当て、最高のサービスだとお客様に感じていただけることを実現しているわけですね。

つまり、1つの高評価ではなく、3つの高評価を生み出すのです。

これが、リッツ・カールトンが考える「サービスは科学だ」と、言う事なのです。



最高レベルのサービスを生み出せる理由

●ポイント 1

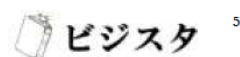
お客様が「最高のサービスだ」とインパクトを受ける 3 つのポイント、タイミングに従業員が焦点をあてられるようになる。

●ポイント 2

サービスの 3 ステップと言う基本、土台をしっかりと持っている、難しいサービスをおこなう際にも、基本に戻って考えられるので、判断が早くなり、目の前に現れたチャンスを逃す事が少なくなる。

●ポイント 3

お客様のお名前を覚え、好みの情報を集め、ニーズの先読みをする組織になるので、時に部署間を超えたラテラルサービスを可能にする。



私が、サービスの 3 ステップが最高レベルのサービスを生み出す基本・土台であり、「最高レベルのサービス」だ！というインパクトを、お客様に持って帰っていただくノウハウだと考える理由をまとめると、下記の 3 つのポイントになります。

●ポイント 1

お客様が「最高のサービスだ」とインパクトを受ける 3 つのポイント、タイミングに従業員が焦点をあてられるようになる。

●ポイント 2

サービスの 3 ステップと言う基本、土台をしっかりと持っている、難しいサービスをおこなう際にも、基本に戻って考えられるので、判断が早くなり、目の前に現れたチャンスを逃す事が少なくなる。

●ポイント3

お客様のお名前を覚え、好みの情報を集め、ニーズの先読みをする組織になるので、時に部署間を超えたラテラルサービスを可能にする。

この3つのポイントに集約されます。

ちなみに、「ラテラルサービス」とは、スタッフ同士が快く助け合う・協力し合う関係の中で提供されるサービスのことです。

リッツ・カールトンはホテルです。

様々な部署の人間がいます。

しかし、その垣根を作っていない、最高のサービスなど提供できるはずもありません。

スタッフ全員に、この3つのポイントの価値観を浸透させることで、感動のサービスを生み出すことができるわけですね。



今回は「サービスの3ステップ」についてお話をしました。

サービスを向上するために様々な著書を読んで勉強し、難しいノウハウの導入を試みたり、高額コンサル料を払って、コンサルタントに技術指導してもらわなくても、サービスの3ステップを導入することで、低予算、場合によっては予算0で、サービスの向上を実現する事ができます。

しかも、リッツ・カールトンで実践している最高レベルのサービスの基本、土台です。

サービスの3ステップが会社、職場で根付けば、自然とサービスのクオリティーは向上し、売上も利益も向上している事でしょう。

ビジスタでお渡ししている、「クレド6ステップ導入プログラム」の導入もぜひご検討ください。

