

第22回東日本事例研究オンライン研修会 発表概要シート

法人名	(株)長谷エシニアウェルデザイン	施設名	ブランシエール井草
発表タイトル	他力本願じゃだめ！ ～～ハウス営業の一端を担えるリビングを目指す～～		
研究の目的	ハウスの運営稼働率を上げるために、入居検討者に対しての聞き取りと営業に繋げられる説明ができるフロントになる。		
発表の概要	<p>空室状況が続いていて利益が出ていない現状と、資料請求で来訪される検討者に対して次に繋がる対応ができないスタッフが多いことが課題である。</p> <p>なぜ対応ができないのか。それは、営業は本社の仕事だと思っている、などの考え違いから『全社員営業』という意識が低いことと、知識不足のため自信をもって話すことができないことが上げられる。</p> <p>そこで着目したのが①『必要な知識』と、②『来訪者カード』というツールの2点。</p> <p>①『必要な知識』とは主にフロアごとの特徴の違いや費用に関することになるが、スタッフによって知識レベルが違うため勉強会をとおして知識を習得し、スタッフ同士で聞き取り方などの良い点を学びあう。</p> <p>②『来訪者カード』の項目が漏れなく記入できれば、自ずと情報が集約され営業に繋ぐことが容易になる。しかし消極的なフロント対応や、その時のスタッフによって対応にバラつきがあるためチャンスを逃してしまっている。</p> <p>項目の空欄が少なく、連絡先やどなたの入居を考えているのか、等が記入された来訪者カードが何%増えたかを検証する。</p> <p>営業が知りたい情報を聞き取り、来訪者カードの枚数を増やす。</p> <p><対応のばらつきとは></p> <ul style="list-style-type: none"> ・何をアピールしたら良いのかわからず、入口でただパンフレットを渡すだけのケース ・最初から警戒されてしまい『来訪者カード』の記入を拒まれてしまうケース ・『来訪者カード』にご自身で記入してもらえるような声掛けができるケース ・どんな情報を欲しがっているのかまで具体的に聞き取ることができるケース <p>…など</p> <p>今回の取組みによって、スタッフもハウス営業の一端を担い、運営稼働率を上げるために人任せではなく自分たちの事として取り組まなければならないということを再認識した。</p>		

<p>研究方法</p>	<ul style="list-style-type: none"> ●現状の『来訪者カード』の記入内容分析、取得枚数の調査 ●ブレインストーミング→要因解析→重点課題抽出 ●課題分析と取組み <ul style="list-style-type: none"> ・会話を想定した台本の作成 ・パンフレットのアピールポイント作成 ・営業部員による『営業トーク』『お金の仕組み』の勉強会実施
<p>成果・結果</p>	<ul style="list-style-type: none"> ◎数値 UP：来訪者カードの取得数 9枚→17枚、前年比189% ◎精度 UP：来訪者カードの空欄が少なくなり、営業がほしい情報を聞き取れるようになった ◎気力 UP：知識を得たことで消極的にならず自信を持って検討者対応ができるようになった
<p>考察</p>	<p>通期（4月～12月）での運営実績は退去7件だったが、販売6件及び自立から介護への住みかえ3件で、今回の活動が貢献していると考えられる。</p> <p>今回の取組みによって営業担当者につないでいくという意識が身に付き始めており、全フロントスタッフが躊躇なく対応ができるようになるなど、活動の成果が日常的に表れている。勉強会で学んだことを活用して次年度以降もフロント全体で取むと共に、スタッフ同士で良い点を学び合うという風土を大切にしていく。</p>
<p>アピールポイント 伝えたいこと</p>	