

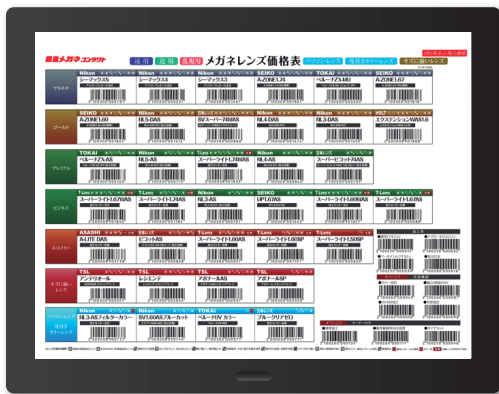
銀座メガネコンタクト 株式会社 銀座メガネ

店舗スタッフの「接客力」向上にタブレットを活用 全44店舗への製品情報や研修資料の配布をHandbookで一元管理

コンタクトレンズ、メガネ、補聴器の販売事業を行う株式会社 銀座メガネ。業界の競争が激化する中、豊富な品揃えと高品質な接客対応で、多くの顧客に支持されている。同社は、事業の根幹をなす「接客力」の向上のためHandbookを導入。商品研修資料や、各メーカーの新製品情報、価格一覧表の配信・共有ツールとして活用するほか、今後、商品知識に関する社員向けeラーニングを実施するための基盤としても準備を進めている。

POINT

- ✓ 店舗スタッフの知識習得に役立つ資料を一斉配信・共有
- ✓ カタログや価格表を一緒に見ながら効果的な接客を実現
- ✓ 全スタッフのスキル標準化に向け、テスト機能も活用予定



今後は接客用途での活用も拡大予定。カタログPDFや価格一覧表に加え、製品紹介の動画コンテンツなども活用し、効果的な接客につなげていく

User Profile



株式会社 銀座メガネ
代表取締役 社長
上野 正義
かみの まさよし



株式会社 銀座メガネ
マネージャー
上野 美樹氏
かみの みき



株式会社 銀座メガネ
エリアマネージャー
阿部 敬道氏
あべ たかみち

株式会社 銀座メガネ

所在地：〒141-0022 東京都品川区東五反田2-19-2
 会社概要：1959年、メガネレンズの製造業者として発足。1998年3月に有限会社銀座メガネ設立のち、2003年4月に株式会社化。東京・神奈川・埼玉・千葉の4都県に44店舗(2014年7月現在)を展開する。コンタクトレンズのリピート購入に対応して、インターネット上に「銀メ・オンラインショップ」も開設している。

従業員数：約140名
 導入時期：2014年7月

URL：<http://www.ginza-megane.co.jp/>



シンプルに伝える、スマートに伝える

Handbook



取扱商品の数が急増し スタッフの知識習得が課題に

関東地域に全44店舗(2014年7月現在)を展開する銀座メガネ。主要メーカーの製品はほぼすべて取り扱い可能という、豊富な品揃えが最大の強みだ。「多種多様な商品から、お客様の要望に合うものを提案するには、接客担当者の商品知識が欠かせません。そこで当社は、スタッフの知識習得を支援する取り組みを積極的に行ってきました」と同社の上野正義氏は話す。

取扱製品の情報は、本社の商品部が一元的に管理しており、それを基に、本社主導による定期的な商品研修会を実施している。「店舗スタッフが、メーカーごとのレンズやフレームの特長などを詳しく学ぶことで、より効果的な提案ができるようにする狙いです」と同社の上野美樹氏は説明する。

また同社は、各店舗スタッフに向けた情報発信も積極的に実施。商品部が入手した新製品情報を随時メールで配信しているほか、製品カタログも全店舗に配布し、スタッフが常にタイムリーな情報を入手できる環境を目指している。

しかし近年、同社はこれらの方式による店舗スタッフの支援体制に限界を感じていたという。

「ワンデータイプのコンタクトレンズの普及などにより、発売される商品数が急増。最新の製品情報を、リアルタイムにスタッフへ伝えることが困難になっていたのです」(上野正義氏)

例えば従来は、研修に参加したスタッフが、参加できなかったスタッフに内容を伝えることで、互いの知識を補完していた。しかし、毎月多数の新製品が発売される状況では、すべての情報をスタッフ間で共有することが難しくなっていた。また、新製品情報のメールも増加。各店舗では、全スタッフが1つの共有アカウントでメールを閲覧していたため、あるスタッフが開封したメールは、他のスタッフに読まれないまま埋もれるケースも増えていたという。「こうした状況が続く中、徐々にスタッフ間の知識のばらつきが開始



ていました」と上野美樹氏は話す。

そこで同社は、事業の要である接客力を維持・向上するため、新たな方法を模索し始めた。

全スタッフの知識標準化に向け iPadとHandbookを導入

同社が選んだのが、iPadおよびコンテンツ管理システム「Handbook」を活用し、各店舗に情報を配信する方法だ。

上野正義氏は、選択理由を次のように説明する。「店舗にiPadを配布し、本社の商品部がコンテンツをHandbookに登録すれば、情報をリアルタイムに全社で共有できます。スタッフ側も、整理された情報を、分かりやすく確認することが可能。これなら、全スタッフに対して均質な情報を容易に展開できると考えました」。

またHandbookなら、店舗が長年抱えていた要望に応えられる点もポイントになったという。「実は長年、業務効率化を図るアイテムとして、全製品のバーコードを記載した価格一覧表を作りたいと考えていました。紙の場合、新製品が出るたびに修正・印刷が必要のため作れずにいたのですが、Handbookなら、デジタルのコンテンツを更新するだけで済みます」と同社の阿部敬道氏は述べる。

商品情報に加え、価格表も配信 今後はクイズ機能も活用予定

こうして同社はHandbookを導入。研修資

料、新製品情報、製品カタログをPDF化したものをHandbookに登録し、店舗に1台ずつ配布したiPadで閲覧する仕組みを整えている。

「コンテンツは用途別にフォルダ分けできるため、見たい情報にすぐとりつける上、古い情報も埋もれにくくなっています。操作も簡単で、導入時のスタッフ教育も不要でした」と阿部氏は満足感を示す。iPadはPCに比べ気軽に扱えるため、空き時間に商品知識を勉強する習慣が生まれた店舗も多いという。これにより、接客レベル標準化に向けた土台が整った。

また、同社は念願の価格一覧表も作成し、Handbookに登録。接客時にもHandbookを活用している。「複数製品の価格を比較したご案内が容易になりました。新製品が出た際も、商品部の管理者が価格表を更新すれば、全スタッフが常に最新の情報を基にご案内できます」と阿部氏は言う。

今後同社は、スタッフの知識をより高めるため、一歩進んだHandbookの活用も計画中だ。具体的には「クイズ機能」を活用し、eラーニング形式でのテストを実施するというものである。「スタッフが個々のIDでログインしテストを受ければ、個々人の学習度合いも測れるようになります。現在は計画段階ですが、運用開始のあかつきには一層のスキル標準化が進むはずです」と上野正義氏は期待を込める。

ゆくゆくはiPadを1人1台配布し、Handbookの活用範囲を拡大していくという同社。スタッフのスキルと店舗の業務効率をともに高め、さらなる顧客サービス向上を目指す構えだ。



アステリア株式会社

〒140-0014 東京都品川区大井 1-47-1 NTビル10F
Tel : 03-5718-1250 E-Mail : handbook@asteria.com
WEB : https://handbook.jp/