

キーマンに直撃 Vol.40

エスクリ

ブライダル本部副本部長兼直営統括 半澤 卓也氏



エスクリの直営21店舗の統括という立場で、臨店しながら施策をアドバイスしているのがブライダル本部副本部長兼直営統括の半澤卓也氏。10年前に同社に入社し、現場スタッフから叩き上げてきた同氏だからこそ分かるポイントとは。エスクリの高成約率を支える、全員接客の指導法を含めて紹介する。

館内案内でのサプライズ、全員接客で演出

—エスクリに入社してから10年、スタッフとして現場を経験し、マネージャー、そして現在は統括という立場で直営21店舗の指導をしています。現場時代に、印象に残ったことがあるそうですが。

「新規スタッフとして働いていた時、こんな経験がありました。あるカップルから、来館した時に清掃が行き届いていなくて、素敵な結婚式ができなかったと言われたのです。エントランスの清掃状況一つで、人生でもっとも大切な日を残念な思いにしてしまうということを感じました。会場のセッティングなどの見た目以上に、基本的な清掃ができていますか。こうした顧客視線が何よりも大切なわけです。直営統括として現場施設を臨店する際にも、こうした点をチェックしています。」

—成約率向上のために、全員接客を大切にしているとか。

「これまで、福岡や新横浜のホテルも経験してきました。その際に、大切なのはフロントスタッフであっ

ても来館するカップルをしっかりを迎えること。これは通常店舗でも同様です。エントランスで来館した二人の名前をしっかりと

呼んで迎えることが出来るかどうか。そのためにも、来館する顧客情報は一部署だけでなく、全セクションにも行き渡らせ、その上でおもてなししていくことが大切です。」

—会場マネージャーだった時代にもそこを重視したそうですね。やはり全セクションで接客するからこそ可能になることもあるようですが。

「会場案内において、重視すべきはオンリーワンポイントをいかに強みとして来館してくれた2人に提供できるかどうか。会場ごとに響くポイントがあります。それを内覧において、サプライズで提供する。来館したカップルの頭の中に、当日をイメージさせられるかどうかのカギになります。例えば、挙式後にチャペルの扉を開き、その後の

フラワーシャワーが響くポイントの施設であれば、実際の見学の際に扉を開いた瞬間、スタッフが集まり拍手とフラワーシャワーで迎える。気分を高めるために、効果的なBGMも必要でしょう。カップルはもちろん、担当スタッフが気持ちよく案内できるように、セクションを超えて全員がこうした演出に加わることが必要です。」

—新規接客時のこだわりが強ければそれだけ効果も高まります。

「マネージャー時代、新規接客時に100個のキャンドルを灯しました。スタッフからは、50個でもいいのではという意見も出まし

て結果につながります。」

「成約率に関しては、全員接客、オンリーワンポイント、ベストビューを柱にして、その精度を接客時にどこまで高めていけるかの勝負ではないかと。実際には現場の責任者がそのシナリオを作って、全員に浸透させていくわけですが、本部としてはその精度を常に添削し、さらに実行できているかのチェックをしなければなりません。」

—臨店の際にはプランナーのみならず、各セクションスタッフの顔も見に行くことが大切とか。

「スタッフの思いは、最初の挨拶一つで分かるものです。各施設に行き、スタッ

フ全員とコミュニケーションすることで、【実は最近〜】といった本

音の部分が聞けることもあります。調理や花、ドレスなど、全セクションのスタッフの顔を見なければ、真に課題は見えてこないはずですよ。」

オンリーワンポイントの訴求

たが、強みを生かすためにはやはり100個の方が感動させることができるわけです。しかも常に全てのキャンドルが点灯している状態にしなければなりません。

1個でも消えていないよう、全スタッフが気を配っておく。そこまでこだわってはじめ

ブライダル産業フェア

セミナーに登壇!

6/20(火) 15:15~16:15 B会場



▲13日にオープンした同社のさいたま新都心の新施設

直営21店舗統括としての役割