

「ロジスティクス・コンシエルジュ」への道 ①

ロジコンシエル代表取締役

近藤 正幸

皆さまは「定例会」という言葉にどんな印象を持たれているでしょうか。報告追及提案「など」、人によって様々なのではないのでしょうか。社内や業界内の定例会もいろいろと異なりますが、今回は、お客さまへの定例会についてお伝えします。

まず、定例会は開催する目



的を明確にすることが重要です。お客さまと定例会を開く目的は、大きく分けて二つあります。

一つ目は、物流業務を受託するに当たり、お客さまと目標を共有することです。入札やコンペなどで、既にお客さまが目標値を設定しているケースもありますが、設定されていないなかった場合や、設定した方がよいと思う項目があった場合は、最初に提案すべき

定例会で目標を共有

できませぬ。事業者も、何をもちょう達成なのか、どこへ向かえば良いのか、分くらなくならないでいます。基準をなくして、お客さまと事業者の共通の目標が定まります。共通の目標を達成するためには協力することが必要なので、必然的に協力関係ができればいいです。

目標値と聞くと、物流業界では事業者が追及されるという印象が強いです。質の高い業務を行っている事業者にとっては、お客さまに評価し

お客さまは最善のサービスを求め、物流事業者は最善のサービスを提供できるように取り組んでいくのが当然のことです。その時、何をもちょう最善とするのか、基準をつくるのが大切です。基準が無くなると、事業者の間には溝ができてしまいます。

顧客と協力関係構築

てもらう絶好の機会になります。このような考え方で目標値を設定し、達成に向けてお客さまと取り組んでいくことで、良好な関係が構築できます。目標値の設定には業界に精通した知識と情報が必要になりますから、スタッフのスキルも磨かれます。

二つ目の目的は、お客さまと関係者とのコミュニケーションを継続的に、円滑に図っていただくことです。目標を共有しながら評価や検証をすることで、立ち上げ当初の緊張感を継続できます。更に、社内だ

けでなく、お客さまにとっても風通しの良い組織となるよう心掛けることが重要です。また、定例会は一方的な報告、評価、検証の場ではなく、双方向的なコミュニケーションの場です。お互いが意見を言いやすくなるのがポイントです。業務に追われ、忙しい日々を送っている現場のスタッフにとっては、定例会に参加することが難しい場合もあります。お客さまは現場の生の意見を聞きたがっている場合が多いです。管理職や

営業スタッフがお客さまに要望しても通らなかつたことが、現場スタッフから意見が出たことで対応していただけケースは様々などを見て見受けられます。

責任者や社員だけでなく、日々、電話やメールの対応をしているアルバイトの意見もとても貴重です。日頃なかなか話を聞く機会が少なくても、定例会を開くことで定期的に意見や課題を聞く習慣がつかえます。

月に一度、お客さまと事業者で定例会を開催し、2カ月一度、または四半期に一度、コールセンターなど関係する事業者で意見交換できる場がつけられると、より良くなるでしょう。

会社の規模の大小や、業界によっても状況は違いますが、ぜひ、この機会に一度、定例会について考えてみてはいかがでしょうか。