

プライスマネジメント

第11回

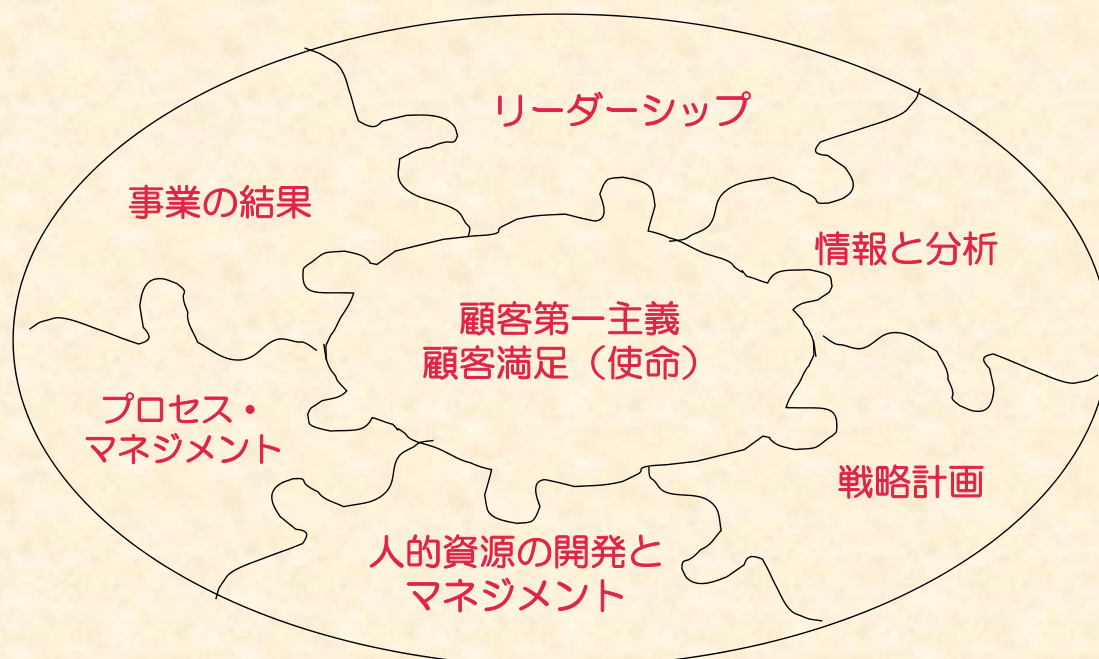
ホスピタリティ経営と顧客価値



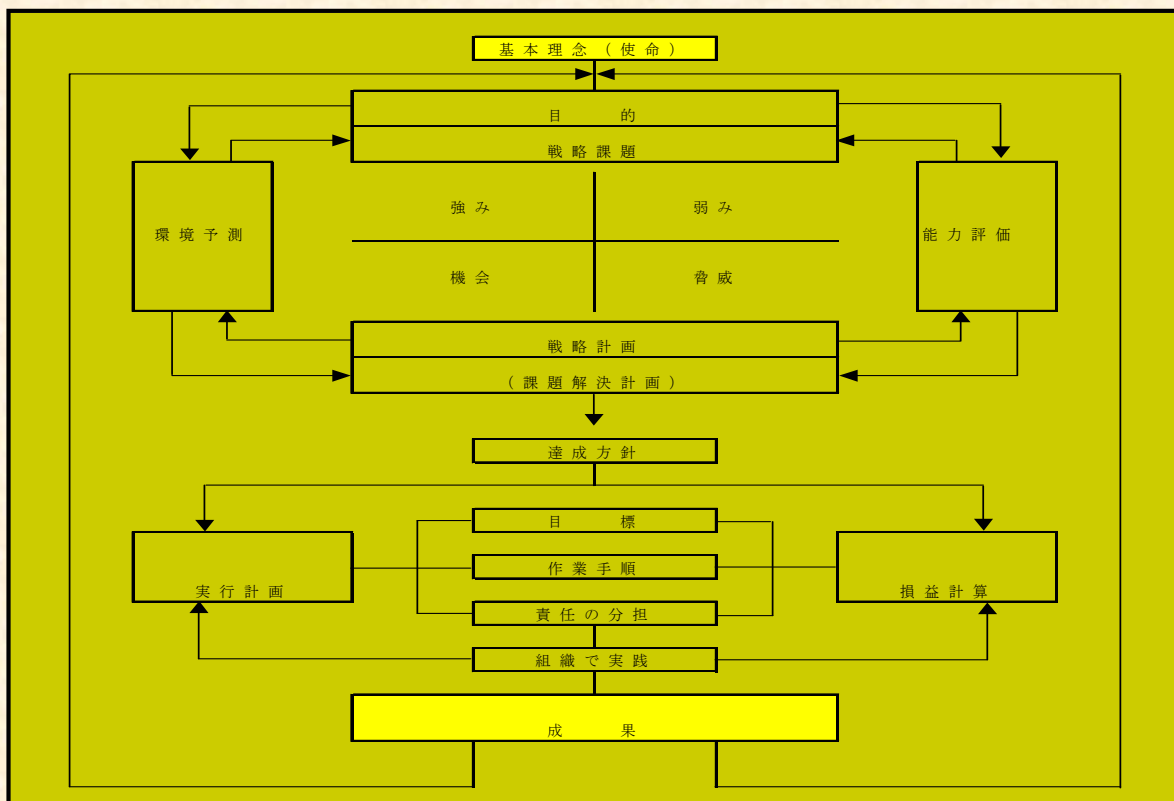
ハリウッド大学院大学
横澤利昌

2012・5・23

ホスピタリティ経営と顧客価値

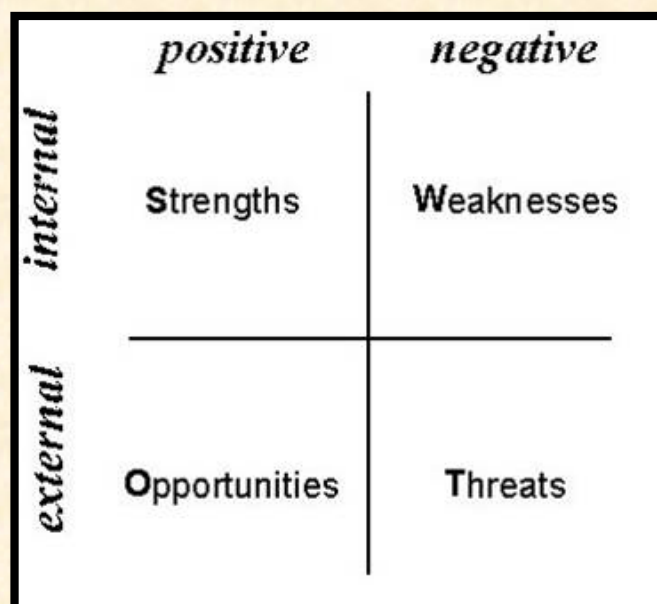


ホスピタリティ戦略経営計画 Planning is Learning



十字形チャートによる戦略計画

- 強み
(strengths)
- 弱み
(weaknesses)
- 機会
(opportunities)
- 脅威
(threats)



老舗の強さ 老舗の哲学 と現代経営

老舗の家訓・哲学

- **先義後利**（大丸）
 - 義を先にして利を後にするものは栄える
- **先用後利**（富山売薬）
 - まず使ってもらい、代金は後払い(顧客の利益を優先)
 - 掛場帳（顧客情報リスト）
- **三方よし**（近江商人）
 - 売り手よし
 - 買い手よし
 - 世間よし

現代経営概念

- 企業の目的は顧客の創造であり、利潤は成果 (P.F. Drucker)
- 社会に奉仕することが社員が豊かになる (松下幸之助)
- 丸井のクレジット (富山出身)
- One To Oneマーケティング
- 従業員満足 (ES)
- 顧客満足 (CS)
- 社会貢献 (CSR)

現代経営の概念は老舗にあり

内部分析（強みと弱み）

評価					重要度		
大きな強み	小さな強み	どちらでもない	小さな弱み	大きな弱み	高	中	低
地域の現状 <ol style="list-style-type: none"> 1. 施設の評判(ブランド力) 2. 市場占有率(看者層) 3. 技術の質 4. サービス質 5. 価格設定の有効性 6. 流通の有効性 7. プロモーションの有効性 8. 外部と連携の有効性 9. 革新的試みの有効性 10. 地理的な範囲 			財務 <ol style="list-style-type: none"> 11. コスト/資本調達力 12. キャッシュフロー 13. 財務の安定性 		組織 <ol style="list-style-type: none"> 20. チーム力 有能なリーダー 21. 意欲的な職員 22. 起業家精神 23. 柔軟性/機動性 		
			経営資源 <ol style="list-style-type: none"> 14. 設備 15. 規模の経済性 16. 収容能力 17. 職員の能力 18. 稼働率 19. 技術的な能力 				

サロンの強みと弱みを定期的に評価する！

外部環境分析

マクロ環境要因

①人口動態的環境

- 人口の特徴(人口規模、人口密度、サロンの分布、年齢構成、性別構成・・・)

②経済的環境

- 経済をあらわす低成長率、個人収入・消費低迷)

③技術的環境

- 新技術の発明・IT、グループウェア

④政治・法律的環境

- 法律改定、診療報酬引き下げ、等

⑤社会・文化的環境

- 少子高齢化、女性の社会進出、流行等

ミクロ環境要因

①顧客ニーズ＝全体の改革

②競合他社(ライバル)

③市場

- 売手と買手ニーズを充たす様々な活動

④供給業者(サプライヤー)

- 市場で製品等を供給する組織
-個人、通常メーカー、または生産者

⑤流通チャネル

- 生産業者から施設・組織または企業組織から市場における使用製品等の流通、共同仕入

作業手順の明確化 (戦略のスケジュール化)

大切なことは看護管理実践計画書に連結させること

①何を行うべきか

目標の設定、十字形チャートにより問題解決の課題選択(具体的な設定)

②だれが行うか

責任の分担(実行の責任者を誰にするか)

③だれに対して行うか 対象

④どこで行うか

場所(どの部署などで実行するか)

⑤どのように行うか

方法

⑥いつまでに行うか



期間(数値で具体的に示す)

⑦いくらかかるか

予算の配分

スケジュールの具体化

- ①数値化する
- ②評価基準を作成
- ③図表化して壁に貼り進捗をチェック
- ④自己点検・自己評価

ハリウッドの美の体系 ホスピタリティ	老舗企業の経営美の対応
精神美 おもいやり 心の響き合い	愛、夢、志、品格、永続意識 以下・ケアの主要素 知識、リズム、忍耐、正直、信頼、謙遜、希望、勇気
健康美 元気な笑顔	長期堅実経営、先義後利、創意工夫
容姿美 外観の配慮	バランス経営、匠の技、デザイン性、社風
服飾美 調和のとれた空間	老舗の風格、ブランド(のれん)、ファッション性 
生活美 礼儀、マナー、日常の 習慣 癒しの仕掛け 5S	身の丈経営、リスクマネジメント ファミリーズム(家族の絆) 承継 
環境美 自然の癒し、共生 空間の仕掛け 適切な場 グローバル	陰徳善事、価値創造 立地 グローバル コミュニティ、ステークホルダー重視、CSR、共生