

シャトル大阪中央店 2012年 ダイナマイト キャンペーン

期間 10/17 ~ 12/28

全体 売上

最終結果

部門別	都島本店	神戸中央店	合計
キレイBOX(個数)	1200個	910個	2110個
キレイBOX(金額)	¥1,172,929	¥955,350	¥2,128,279
セリング	¥1,474,388	¥938,659	¥2,413,047
ダスコン(レンタル)	¥111,479	¥71,697	¥183,176
SM & TMX	¥965,774	¥214,110	¥1,179,884
合計	¥3,724,570	¥2,179,816	¥5,904,386

日数消化率	100.0%	51	都島店目標金額	¥4,000,000
稼働日数	51		神戸店目標金額	¥1,500,000
			全体 目標金額	¥5,500,000
都島店 目標達成率	93.1%		都島店 達成まで	¥275,430
神戸店 目標達成率	145.3%		神戸店 達成まで	¥-679,816
全体 目標達成率	107.4%		全体 達成まで ¥-404,386	

年末ダイナマイト キャンペーン

キレイBOX 2110個完売!

百個越えは8名

シャトル北大阪通信

通算98号

㈱ダスキンスシャトル北大阪

大阪市都島区都島本通 5-4-22

TEL 06(6921)4645

2013. 1
了した。大阪中央店、神戸中央店合わせて総額五百五十万円を目標に
昨年十月十七日から十二月二十八日までの約十二週間、くらしキレイB
OXをはじめ、セリング商品の販売やダスコン商品の増加及び新規契
約、サービスマスターなどのケア紹介などを対象に全スタッフが一丸と
なって取り組んだ。その結果、くらしキレイBOX二千百十個完売。セ
リング商品二百四十一万三千四十七円、ダスコン契約十八万三千七百十
六円、ケア紹介百七十七万九千八百八十四円、総額五百九十四万三千三百八
十六円を売上げ、見事に目標を達成した。

シャトル北大阪の名物イベント、年末ダイナマイトキャンペーンが終

年末ダイナマイトキャンペーンについては毎年恒例とあって、この紙面でも中間報告から最終結果の発表と、幾度となく繰り返してきた。見事に目標を達成した年もあれば、わずか数万円足りずに目標達成を逃し、悔しい思いをした年もあった。平成十七年に実施したシャトル東京とのコラボ企画「シャトルピック東西対決！」以来、年末キャンペーンの企画、運営を担当してきた沖仲チーフ(大阪中央店)は今回のキャンペーン結果の一覧を見ながら振り返る。面白そうな新しい企画でキャンペーン参加者のマンネリ化を防ぎ、モチベーションを維持できるようにルール作りを毎年心がけている彼は十月初旬におこなわれるシャトル北大阪下半期政策勉強会が近づくと落ち着かない。今までチーム対抗戦を目玉企画にした年もあった。個人対決を目玉企画にした年もあった。しかしそれぞれ一長一短で、団体戦をメインにすれば、同じチーム内の誰かが売らさるだろうという依存心からモチベーションを下げるスタッフが出る。前年の販売実績の均衡する者同士で対戦させる個人対決をメインにすれば、昨年通りの実力レベルが出せない者との対戦になるとワンサイドゲームでモチベーションが上がらない。毎週誰かを表彰する制度があればきっと頑張るだろうと設けた週間MVPではあったが、効果が見えずに止めた年もあった。毎年同じ顔ぶれがキャンペーン上位を占め、中途半端に頑張ってもムダというあきらめムードをなんとかしたい。キャンペーンの経験が少ない新人スタッフでも、頑張れば何か報われるようにしたい。もちろん全体目標を達成したい。

そして政策勉強会で彼が発表した今回のキャンペーン概要は、個人褒賞に関しては一般と新人(キャンペーン初参加者)の二本立てとし、フレッシュな力をフルに発揮できるようにする。各エリアごとにチームを組んでの売上げ対戦も実施し、上位三位までのチームを褒賞の対象とすることで、各エリアメンバーの結束を強め、「個人戦がダメなら団体戦があるさ」の気持ちで最後までモチベーションを維持できるようにする。週間MVPの選出は大阪、神戸の各拠点でそれぞれ独自におこない、頑張っているスタッフをよりキメ細かい目線で評価してあげられるようにする...などだ。

実際のキャンペーンがスタートすると、誰も予想していなかったことが起こった。大阪中央店の新人スタッフの五十嵐が一週目になんとくらしキレイBOXを三十八個販売し、いきなり週間MVPに選出されたのだ。毎年キャンペーンでは上位に顔を出さ面々が慌てたのもムリはない。神戸中央店の垣内の出現もベテラン勢には脅威だったようだ。これは落ち着いては居れないとばかり、良い意味でお尻に火がついたような壮絶な戦いが始まった。いつもの年ならあまり目立たない成績に甘んじていた中堅スタッフにも良い影響が出始めた。十一月に入った頃にはキレイBOXの完売は現実かとの予想が立った。しかし、あまりのハイペースな数字の伸びに終盤で失速するのはとの懸念があったことも否めない。今回のキレイBOXは千五百円と価格が下がったこともあり、ある程度売れるだろうとの予測はしていたものの、過剰に仕入れて、もしも売れ残ったら...の心配が裏目に出てしまったと反省はするが、結果的に褒賞を一般と新人の二層に分けたおかげで新人に触発された中堅スタッフが思わぬ好成绩で自信を取り戻し、さらに成長できたのはうれしい。ただ、昨年なら入賞確実の百個以上販売した今道や柏木(共に大阪)、高木宏昭(神戸)がランク外で入賞も果たせなかったのは気の毒な限りだった。





シャトル北大阪の旧人類を紹介する人気のコーナー

その17

松の内は終わりましたが、とりあえず新年あけましておめでとうございます。今年もよろしくお願ひします。シャトル大阪中央店で東住吉・平野区を担当させていただいている小路武典です。弟と妹との三人兄弟の長男で、昭和五十三年、松原市生まれの三十四歳。シャトルでお仕事させていただくようになって今年で七年目に入ります。現在は若いときにピザ屋のバイトで知り合った妻と、二人の女の子の四大家族です。シャトルへは勤めていた携帯電話の販売店が閉店することになった時、それより以前に勤めていた玉子の卸会社で一緒だった横田さん(現シャトル大阪中央店サブマネジャー)がシャトルを紹介してくれたのがきっかけで、先にこのコーナーに登場した今道クンや濱口クンから少し遅れの同年初の入社です。入社当時のシャトルの印象は、やることも多いし、時間も遅い、仕事もキツイなあと、正直あまり良いものではありませんでした。でも紹介してもらった手前、ガンバル：しかありません。学校を出てからいちばん最初の仕事が産廃処理会社で、朝が早くて相当キツイ仕事でしたが、それよりシャトルは時間が長くてキツかったあ(笑)。

仕事の話はこれぐらいにして…。小中学校時代は野球少年で、基本的にスポーツは全般的に好きです。でも今は趣味としてやるならだんぜんゴルフです。ゴルフ暦は一応十年なんですが、腕前は下の中ぐらいですかね(笑)。最近は最低月一回ぐらいコースに出るので、小遣いはほとんどゴルフ関係に使います。昨年のシャトル杯ゴルフコンペにも参加させていただき、ダスキン江戸堀の奥村さんとシャトルの依積田さんと三人でラウンドし、楽しい一日を過ごさせていただきました。それからゴルフ以外の趣味といえば、ボクは車が大好きです。普通に男の子が通る道というか…、二輪車(バイク)にはじまり、四輪車に移っていきました。初めはシルビア。もちろんミッションでターボ。家族ができてからはアルファードを新車で購入し、大切に乗り回していました。しかし、二年ぐらい前のゲリラ豪雨の日に自宅駐車場であえなく水没して廃車。幸い車両保険に入っていたので、新型のアルファードを再び購入できたのは不幸中の幸いでした。この正月休みは十二月三十日の夜から正月三ヶ日いっぱい妻の実家である富山県に家族四人で帰省しましたが、アルファードが大活躍してくれました。富山市内でも大阪とは違い、雪が四十センチぐらいは積もっていましたが、ボクはスノーボードをやっていたので雪道は得意中の得意。スタッドレスタイヤの用意も完璧で無事に新年をスタートさせていただきました。

最後に愛娘の命名の由来を少し。長女は六月生まれで芽衣咲(メイサ)。次女は二月生まれなので如月から樹咲良(キサラ)とつけました。ボクのことを見ていると、ゴルフスウィングなどをマネする、目に入れても痛くないかわいいう天使たちです。



五十嵐拓(百八十九個販売 第一位)

ボクは新人なのでキャンペーンは初めて。スタート前に考えたのは全軒声を掛けること。とは言っても元々人と話すのが苦手なので、特にご縁を作りたいお客様などにキャンペーンが始まる前に御礼返しの意味も込めて台所スポンジをお試しいただき、その感想を聞くカタチでお話のきっかけをつくりました。スポンジでダスキン商品の良さを実感してくださったお客様はキレイBOXの説明を聞いた時も反応が良く、中には積極的に社内の友達に声を掛けて販売を手伝ってくださる方も居られました。「お兄ちゃん、ノルマあるんやろ?あと何個売らんアカンのや」と尋ねられ、まだまだですわと答えたところ、まとめ買いをしてくださいました。感謝です。まさか一位を取れるなんて夢のようですが、やはりこの勝因は全軒にお声を掛けたことだと思います。あのお客様は興味が無さそうだからやめておこう：といった先入観を捨て、計画的にお客様の訪問サイクルを考慮した声掛け順を決め、数回のレンタルで全軒説明を百パーセントクリアしました。

今道文栄(百二十三個販売 第六位)



今年のキレイBOXはよく売れるだろうなと思いましたが、案の定千五十円のキレイBOXは早い段階で完売が予想されました。ボクは現在の地域を担当して三年になります。最近はお客様から息子のようと思われるようになったのか、キレイBOXのお話をしたら「おにいちゃんと言うなら信用するよ」という感じで買ってくださいの方が多かったように思います。そんなこんなで段々と今年売らなかつたらいつ売るねん!という感じで闘志がわいてきて、気が付いたら百個を超えていました。正直、報奨金も欲しかったので結果が六位と聞いて少々残念な気持ちもありますが、やればできる自分を発見できたので、次回はもっと頑張れるような気がします。



大阪中央店の五十嵐さんが全部のお客様におすすめして成果を上げたというところで、ボクはボクなりに、ボク流で頑張りました。以前のキャンペーンの時に控えて、メリハリをつけて期待できるお客様から優先しました。レンタルしながらのわずかな時間をできるだけ有効にキレイBOXに使いたいです。幸い毎年、車検を受けたお客様にお礼としてキレイBOXをプレゼントするから、買ってくださいる自動車修理工場さんをはじめ、今回新たに商談がまとまった高齢者ケア施設さんなど大きなまとめ買いのおかげで、キレイBOX販売個数をのばすことができました。千五十円という価格もプレゼント用としてはドンピシャのお手ごころ感だったようです。

シャトル北大阪の今

現在のシャトル北大阪をより知っていただくため、数字情報を載せています。(大阪・神戸)

(12月度)

レンタル率(月間予定売上/月間実績売上)		
大阪	100.1%	
神戸	99.2%	
解約率(基礎売上/総減少金額)	活動日数	
大阪	1.12%	22日
神戸	0.83%	
活動車両数	駐車場料金(大阪)	
大阪	29台	52万940円
神戸	15台	(一日平均 2万3,679円)
駐車状況(参考:前期は13件でした)		
今期	8件(12月末現在)	

Ameblo.jp/shuttle-ko/

シャトル北大阪ブログ

ブログでもスタッフの武勇伝を紹介しています。シャトルがなぜ忙しいレンタル中にキレイBOXを二千百十個も販売できたのか…。

詳しくはウェブで!