

モチベーションセミナー

「なぜ日本企業は安売りに走るのか？不況でも顧客に支持される会社に潜む、現場が後押しするメカニズム！！」

先の見えない不景気の中、日本企業はもう安売りしか生き残る術はないのでしょうか？

しかしリーマンショック以後に好調なアメリカの外食企業には、現場士気を高めることで、安売りせずに売上げを伸ばす2つの具体的手法が導入されていたのです。

当セミナーでは、不況に伸び率59%を記録したファイブガイズバーガーと既存店売上4%増を記したチックフィレチキンを題材に、日本企業マクドナルド、ワタミ、外食以外でユニクロ、スーパーヤオコーを事例に挙げ、外食以外の業種にも導入できる仕組みとして解説いたします。

顧客に支持される為の現場の士気を高めるのは、賃金か、やりがいか？

当セミナーで、現場士気を高めるそのヒントを体系的にご理解ください。

(セミナ - 内容)

- 、外食必須の“満腹感”と“満足感”とは？？
- 、現場士気を促す 賃金VSやりがいの違い
- 、成果主義のアメリカから導入する日本の成功事例

【講師プロフィール】

清水ひろゆき 氏 H&H コンサルティング 代表(米国ビジネスモデルコンサルタント)

ニューヨーク、パリ、ロンドン、日本を拠点に日本企業へ米国の最新ビジネスモデル成功事例を紹介し、日本導入をコンサルティングするビジネスコンサルタント。

これまで、米国専門のビジネスコーディネーターを20年間経験し、関西財界や流通業界トップを案内、訪れた国は約100カ国にのぼる。実際に訪れた米国優秀企業は100社以上にのぼり、その視察ツアーで紹介する米国企業の価格競争しない手法は、日本企業が導入するといわれる。現在はコンサルティング会社を経営し、米国優秀企業の「価格競争しないビジネスモデルをメルマガジンや書籍などのメディアを通じ、日本企業に発信中。

「ファッション販売 アバクロダントツの秘密」、「食品商業 ウォルマートに対抗するHEB」

「月刊食堂 ファイブガイズバーガーVSチックフィル 現場モチベーションのつくり方」6月号予定

「100年利益を生み続ける会社のつくり方」10年夏出版