

経営トップの「私の信条」

第16回

プラウド 社長 石山光博氏

ドラパー派遣業のプラウド(本社東京、石山光博社長、03-5835-0505)は09年6月から、EC物流に対応するサールズを開始した。石山社長は佐川便をはじめ物流業界での経験が長い。そのノウハウを生かし、物流コストの削減や、翌日午前中に配達するサールズなどでEC事業を「開拓中だ」。石山社長が得意意識しているのは、「数字はウソをつかぬ」「愛と勇気」とのこと。「これまでの経験から経営や営業上、自分自身のよびをきかせて抱いている」といふ。

「数字はウソをつかない」「愛と勇気」を胸に

ストライパーの営業現場にも目を配らなければならぬ。

「営業は好きでしたが、飛び込みやテレアポなどはあんなに営業が嫌ですわ。営業には「愛と勇気」が必要です。営業目標の達成が必要ですが、数字至上でやったらダメ。

「自分が嫌いな業務がある部分にもあまやかせなな。営業をしない」で数字を上げるにはどうするか。

成功の確率を高めるための「チューニング」をいって、クライアントから「きてほしい」といってお話をうけだせば

「営業は人格の問題」と指摘する石山社長。クライアントの正を思ったウソをつかなくなったり、ネガティブ情報をききおんも伝えることも人格そのものに起因するといふ考えだ。

それでも目標面がなかったり、ミスが起きたりして、クライアントに対して「クレームがきこえる」こともあつた。

その時、「たれびりりかパー」案を考えたクライアントと折衝したが、そこでも「愛と勇気」が必要になる。

石山社長は学生時代、サッカーが打ち込み、高校時代には埼玉選抜にも選ばれた。サッカー顧問時にバンド活動にも励んだが、身体を壊してバンド活動も断念する。

高校卒業後も就職せず、バンドを続けていたが、嫌になって活動を中止。給料が高いという理由で、佐川急便のセールスドライバーになった。

29歳で部長に昇進したが、現場における理屈の業務は営業現場のようなもの。ワイシャツ、ネクタイの上に着服させて1日に50件ほど営業をして回る。部下となるセール

ズ。愛情を持って営業先を探そう。勇気を持ってネガティブ情報も伝える。しかし、売主主体で話したり、ウソをついたりするようになる人を見て営業マンが嫌にな

いのではないかと。そこで始めたのがCMや電話、タイアップメールなどの広告展開だ。

「たれびりりか」に対しては価格交渉が弱くなるし、社名のおかげで自分たちがプライドを持つこともできる。

これまでと違って、いまも仕事では同じ電卓を使用している。そこには「愛と勇気」が「鬼」の石山と書かれたテープが貼ってある。当時の部下が貼り付けたものだという。



佐川急便時代から10年来、愛用している電卓。そこには「愛と勇気」の石山と書かれたテープが貼ってある。