

アールエフの経営スタイル

●誰でも営業は出来る、出来ない人はいない、ただ営業という言葉が嫌なだけ
 しかし売れたら…営業が好きになる 営業に決められたスタイルは無い
 人それぞれの個性（キャラクター）でその人のスタイルで良し
 自分達の製品を広めたい気持ちを一生懸命熱意をもって伝えればCTは誰にでも売れる
 ごちゃ混ぜが進むと、アールエフには「営業」という言葉は無くなり『全員が売れる人』になる

●個人売り上げで、その人物を評価するのは間違い
 個人の売り上げ数字はそれほど意味が無い…チーム（拠点）の売り上げで考えるべき
 その人が居なくなっても、当月は下がるが翌月からもちなおす 誰かに数字が移るだけ…
 何故かはアールエフの売りの仕組みを理解すれば解る…
 アールエフは個人の営業力で勝っているのではなく、企画力（DM）と製品力（技術）です
 皆でそれを持ち上げている構図です、だから「ごちゃ混ぜ」なのです

●アールエフには社内競い合いは不要
 アールエフは会社全体が1つのチームなのです
 個人戦でなくオールのごちゃ混ぜ団体戦なのです
 となり同士が隠し競い合うのでなく「ごちゃ混ぜ」で開けっぴろげに知恵を出し合う
 その環境を作り上げるのがリーダーの腕の見せ所 リーダーの最大の仕事です
 アールエフが向かっている、目指しているのは、全員が経営者になることです
 未来に通用する経営者を育てることです
 一般的な、世の中の大半の会社は社内の部門同士を競わせています
 自分から知恵の出せない無能な経営者やリーダーがやらせる手です
 社内で競い合いをさせて…大切なエネルギーを分散させて…全く馬鹿げています

●抱え込み、相談が少ない人は伸びない
 これも馬鹿なライバル的な考えが底にある、相談することが怖い…
 「こんな事もできないのか…」こんな些細な事で相談したら無能と思われやしないか…
 などなど…要は自分をカッコつけている、みっともない姿を見られたくない
 リーダーが素直に、カッコつけをしなければ、皆も素直に裸になってくれる
 そして本音で語れる…作らなくて良いから疲れない…楽になる
 そして雰囲気はドンドコ良くなり、業績は必ず上がり、プラスのスパイラルです
 「俺さあ良いプラン浮かばないんだけど…誰か頼む…よ〜…」素っ裸です
 その逆に、リーダーが格好つけると、皆も格好つける、本音を押しさえこみ（=取り繕う）
 仲間同士が疑心暗鬼になり…疲れる…業績は落ちる…負のスパイラルです

●ごちゃ混ぜのメリット

地元でそこそこ有名な会社に永く勤めて、定年退職されたおじさんの話し
再就職の誘いが「あの会社に数十年も勤めた方ということから是非うちに来て下さい」
しかし、大半の会社は完全な縦割りのピラミッド組織（軍隊同様）で余計な情報は入れさせない、
与えられた仕事を深く永くやらされただけ 数十年間ほとんどが同じ仕事の毎日
はっと気が付くと、狭い分野の仕事の経験だけ、歳だけとったけれどもまるで世間知らず
潰しが効かないおじさんになっていました

これは経営者の責任です

普通の経営者は色々と余計な事をさせずに狭い分野だけを毎日やらせた方が楽なのです
隣の仕事を教えません、社内秘なのです…分業化です、効率は良いです

しかし、世の中が変わり事業内容を大きく変えなければならない事態に陥ったとき
このおじさん達には対応ができません

売る人は売るだけ、作る人は作るだけ、事務の人は事務だけ

馬鹿な経営者は膨大なロボットマシンを作り上げてしまったのです

それに気がついた今、いくら悔やんでも残念ながらすでに遅しです

普通にまじめで一所懸命な二代目社長に良くある話です

残念ながら、この会社のこの先はもうありません

●アールエフは常に成功してきました…

最大の理由は…世間とほぼ真逆をしてきたことです

経営や営業の教科書のたぐいは読まず…（古く現代に合っていません）

結果は真逆に見えますが、あまのじゃくで真逆をしてきたわけではありません

結果逆だっただけです

●勝ち組アールエフは経営を学問とは考えません

その分、日々のライブな日報や配信メールをしっかりと読む

アールエフは全員の日報を毎日配信、アイデアの宝の山です

他の店舗の動きがよーく見えます、業績が良い店舗は何かが違うのです

どんどん上に登っていく人の日報はどこかが違います

業績の悪い店舗は良い店舗から素直にドンドン盗むことです

アールエフでは足の引っ張りはおきません

むしろ、パクって上手くいいたら何かをプラスして返せば良いのです

（プラスして返したら…チャラです）

営業を例にしてはいますが全ての分野で全く同じです、

私は元々技術屋です…

●ほとんどの企業は

経営学やマーケティング学などを手本にしている

学問で上手く行くなれば、つぶれる会社などない 失敗などない…なのに…つぶれる

学問で勝てるならばそれほど楽なことはない

《家電メーカーの事例》

皆、同じ時期に同じような製品を開発して同じような販売の仕方をして

結果、日本の家電メーカーは全て駄目になった

一般的に優秀といわれる連中が同じ教科書を読んだ結果である

●製品力

開発を行う技術者も開発専任ではなく

店舗や納品設置など幅広く現場対応することで

広い視野で物事を捉えられる力を養っています

そうすることで、ユーザー目線での製品に近づき

コストダウンされた製品は

他社とはひと味違う個性に富んだオリジナルになっております

●とにかく技術屋は

技術屋目線で批判される事を嫌い、必要以上に贅沢な

設計をする癖があり、結果原価アップ…

使う人の目線とは大きくズレた製品ばかりを創り上げ…

結局売れません…

●業績が悪い時は

怒ったり、競わせたり、暗くしたら益々業績は落ちる、

下がることはあっても上がることは無い…マイナスのスパイラルです

ダメな時は皆を連れ出して飲みに行き、間もなく波が来るから…大丈夫と…

一生懸命もり上げる

リーダーが駄目にしていることに気がつくべきである

●逆に良い時は

引き締めで…危機感をだす、良い時ほど落とし穴がある…

そして、さらに楽になれる仕組みを考える…

■まとめ

プライドを捨てて回りの皆に素直に教えを請う、これに尽きると思います。
年齢も上下関係も気にしない、無能さをさらけ出す…真面目さと情熱だけで十分…
プライドは自分から作る物でなく、周りから押し上げられてできあがる物である

■いつか

ごちゃ混ぜが進むとアールエフには「営業」という言葉はなくなる
技術という言葉もなくなる
営業とは全ての人に平等に備わっている技である
幼い頃から自然に備わっている技である なにも特別なものではない
そしてアールエフには、幅の広い様々な経験をもった、潰しの効く人だけになる
どんな時代が来ても、なんも怖くない

そして、
全員を経営者にさせます、必ずさせます

2014年12月 社長