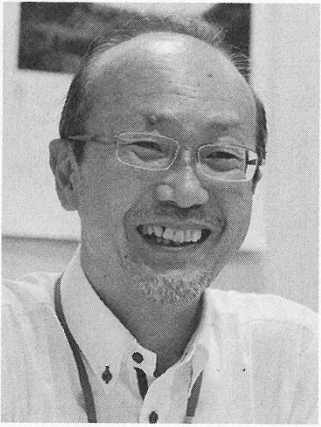


家電製品協会
認定センター

Interview

森拓生センター長



一般財団法人家電製品協会は、01年から「家電製品アドバイザー」「家電製品エンジニア」の認定試験を実施している。近年は家電業界以外に限らず他業種の受験者が増えるなど裾野が広がり、この14年間で有資格者は延べ14万人に上る。また昨年からは高得点合格者に「ゴールド」「プラチナ」のエグゼクティブ等級を付与し、資格全体のレベルアップを図っている。認定センターの森拓生センター長に話を聞いた。(最終回)

出版していた学習用のテキストを今年から毎年刷新します。昨今の製品の大きな変化に対応するには3年に1度では相応しくないと、思い、一念発起して毎年刷新することにしました。量販店では集合研修は中々行えないと聞いています。その中で、この参考書を共通の教科書としてお使いいただければと考えています。

販売店のCS教育に対する熱の入れ方が変わってきたように感じます。非常に重要視され始めた知識に

私たちはCSを店づくりや陳列などのオペレーションシステム、つまりマーケティングそのものです。私たちはCSを店づくりや陳列などのオペレーションシステム、つまりマーケティングそのものです。私たちはCSを店づくりや陳列などのオペレーションシステム、つまりマーケティングそのものです。

(この項終わり)

進化する環境、消費者のためたゆまず勉強を

■受験者がキャッチアップして
くれる仕掛けを作る

メーカーは投資をして新技術を開発し、その付加価値を価格に反映させて回収していきます。その付加価値をお客様に評価してもらえなければ、販売店にもメーカーには利益が入りません。

お客様に評価をいただけない要因があるとすれば、売場でお客様に新技術や機能を的確に説明できていたかどうか、とにかく買っていただくという価格勝負になっていないか、新しい技術が、商品

が増えなければ、根本的な解決にはなりません。消費者の前に立つ販売員の皆

さんは、全員が資格をもって臨んでいただきたいというのが、我々の願いです。できれば全員にエグゼクティブ等級を持つてもらいたいとも思っています。しかし、試験問題を易しく

することはできません。受験者がより勉強してキャッチアップしてくれる仕掛けを作ることが私たちの役割です。

リアル店舗の差別化ポイントとは「販売員の魅力」

受験者がキャッチアップしてくれる仕掛けを作る

■CSをセグメント化し体系化した知識に

めています。CSは具体的な行動や店のオペレーションシステム、つまりマーケティングそのものです。

受験科目に5つの参考書(アドバイザー3科目、エンジニア2科目)があります。アドバイザーは「AV情報家電」「生活家電」の他に「CSと関連法規」があり、店での対応、立居振る舞い、マナー、話し方も勉強していただきます。法規では個人情報取り扱いやリサイクル関係、PSE認証マークについてなどの事柄もきちと頭に入れて顧客対応しなければいけません。資格取得にはそれぞれの商品知識と「CS・関連法規」の2つに合格しなければいけません。

(この項終わり)