

「景気が悪いから、売上げが伸びない」と嘆いても、現状は何ひとつ変わりません。経営者と社員が一致団結して、お客様に感動を提供できる店や企業に築き上げていけば、好不況に関係なく競争力を高めていくことができるのです。

経営者は、社員一人ひとりの持つエネルギーと才能を引き出し、これを活かして会社の未来永劫の繁栄を図らなければなりません。まずは端的に売上げを伸ばしていくことです。売上げは「客単価×客数」で表わしますが、その伸びはお客様に提供した感動の大きさに比例します。企業や店がお客様を失う理由として、社員・店員の無関心な態度や商品への不満などが挙げられます。繁盛する店は、いつ行っても気持ちのいい対応です。隅々まで清掃が行き届き、床や棚がピカピカに磨き上げられています。商品棚に欠品がなく、クレーム処理も的確に行なわれているのです。

「お客様の喜びが私たちの喜びです」を信条とするある飲食店経営者は、スタッフ同士が切磋琢磨し、お客様に感動していただけるよう努めています。一人ひとりの誠実な取り組みが、お客様をさらに呼び込んでいるのです。

月に一、二回来店するお客様が五、六回に増え、年に五回来店のお客様が十回の来店となれば、売上げは確実に上がっていくのです。もちろん、初めてのお客様に次回ご利用いただけるようにする努力も、同店では怠りありません。



誠実な取り組みが 真の感動を呼ぶ

またホテルや旅館でいえば、これからは個人客の時代といわれています。「おもてなしの心が最も大切であり、かゆいところに手が届く接客とサービスが第一だ」という意識で、営業をしている旅館があります。宿泊客のリピート率が65%に上り、オフシーズンでも週末は満室となる盛況ぶりなのです。

この二例は、飲食店・旅館の営業ですが、お客様の期待以上の「おもてなし」を行ない、感動がリピートにつながって売上げが向上している好例です。

一方でクレームは、注意していても起こり得ます。クレームに対しては、いま即座にできることを全力で考え、真剣な態度で誠実に行動すれば、必ずお客様に思いは伝わるものです。

「ご不便をおかけしました」「お怒りの気持ちはお察しいたします」と心から詫言ることが大切です。そして「私も気がづかなければならないところ、親切にご注意いただきまして、ありがとうございます」「ストレートにおっしゃっていただきます」「ストレートにおっしゃっていただきます」に表わしていきましょう。

商売の本質は、人の営みです。お客様が来店されないのは「行く理由がないから」なのです。お客様に喜んでいただけることを常に考え、どんどんと実行に移していきましょう。

お客様は、自分を気にかけてくれる手問ひまかけている。などを感じた時にこそ、心から満足するものです。手を抜いたところに真の感動はありません。

え・栗木 映