

『覚えてもらったお店に、お客様は通う』

文・イラスト

中谷彰宏

text & illustration by Akihiro Nakatani

「どうしたら、お客様にリピーターになってもらえますか」と飲食店の経営者に聞かれました。

「お客様をリピーターにしよう」と思っているうちは、リピーターにはなってもらえません。

リピーターと、呼ばれたいお客様はいないからです。

リピーターとは、お店の利益からの視点での呼び方だからです。

「カモ」と呼ばれているのに等しいのです。

まだ「常連さん」のほうが、愛を感じます。

では、お客様に常連さんになってもうには、どうしたらいいか。

この発想では、まだお客様の側に立つ

ていません。

お客様に常連さんになってもらうには、自分のお店が、お客様の常連店になることです。

お客様は、常連店を探しています。

お客様は、TPOで常連店のリストを持っています。

「デート用」「接待用」「小腹用」「急いでいる時用」など、それぞれの常連店のリストを増やそうと考えています。

常連さんになってもらうのではなく、常連店のリストに入れてもらうことです。

常連店のリストに入れてもらうには、「今度のデートは、どこのお店に行こうかな」と考えた時に、頭の中に「あの店だな」と浮かぶことです。

スマホで「デート用のお店ランキング」を検索されたら、負けなのです。

スマホのランキング検索の前に、思い浮かべてもらえることです。

思い浮かべてもらうには、覚えてもらうことです。

覚えてもらうには、まずお店が、お客様を覚えることです。

お客様は、自分を覚えてもらったお

店を覚えます。

以前に比べて、会員カードが増えました。

コンピュータで管理する会員カードが増えたおかげで、スタッフはお客様のことを覚えなくなったのが現状です。

コンピュータに頼って、「会員カードは、お持ちですか」と

聞いてしまうお店を、お客様は覚えません。

お客様を覚える方法を、複数持つことです。

カードの名義。予約の名前。お客様同士の会話。来店する時間帯。

オーダーの特徴。言い忘れていたとしても

「ご飯、少なめですね」とか「スリーブ、おつけしますね」と、オペ

ションのオーダー

を覚えていて

くれるお店を、

常連店にする

のです。



Profile

1959年生まれ。主な著作に「あなたのまわりに「いいこと」が起きる70の言葉」「悩まない人の63の習慣」「一流のストレス」他1000冊を越す。

【中谷塾】で講演活動を行う。詳しくは、HPで。

<http://www.an-web.com/>

