

ランチタイムに、近所のお客様が来るお店が繁盛する。

文・イラスト 中谷彰宏

text & illustration by Akihiro Nakatani

飲 食店が繁盛するかどうかは、混んでいるかどうかではありません。

今日混んでいても、明日、誰も来なくなるのが、飲食店の怖さです。

今日の混み具合に惑わされて、多くの経営者が、店を手放すことになりました。

飲食店を繁盛させるには、お客様のなじみ店にもらうことです。

通い続けていただくことです。100人のお客様が1回ずつ来るお店より、10人のお客様が、10回来るお店のほうが、繁盛します。

「10人10回繁盛店」には、共通点があります。

【共通点1】近所のお客様が多い。「100人1回店」は、観光客に近いのです。

美味しかったら、また来てもらえるのではないかな。

残念ながら、その期待はできません。美味しいお店でも2回同じ店に行くよりは、ハズレでも、初めてのお店に行くのが、観光客です。

観光客は、なじみ店を作る意識がないのです。

そうなると、リピートしなくなりま

す。リピートしないお店は、常に、新規顧客開拓のために、宣伝と販売促進に力を奪われます。

商品やサービスの値打ちを上げるより、値下げ競争に巻き込まれます。

【共通点2】料理の写真を撮っている人がいない。

料理の写真を撮るのは、観光客です。また来るお客様は、写真を撮りません。なじみ店にしたい人は、むしろみんなに知られたくないので、隠します。

SNSであげてもらったほうが、宣伝になるか。

SNSで見つけた人は、1回は来ても、次回、またSNSで探した別のお店に行きます。

【共通点3】ランチタイムにスピーディなサービスができる。

ランチタイムに、近所で仕事をして

いる人が行くのは、スピーディなお店です。

働く人は、貴重な1時間のお昼休みに、食事以外に、しなければならぬことが山のようにあります。

近所の働く人にとっては、ランチタイムではなく、お昼休みなのです。

ところが、観光客は、

一生に一回のお店をたつぷり味わうために、のんびりします。

サービスは、遅ければ遅いほど観光客には、

好都合なのです。必然的に、スタッフの動きが、遅くなります。

そうなると、近所の働く人が、来なくなってしまうのです。

Profile

1959年生まれ。主な著作に「グズグズしない人の61の習慣」「50代がもっと楽しくなる方法」「頑張らない人は、うまくいく」他1000冊を越す。

【中谷塾】で講演活動を行う。詳しくは、HPで。

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

