

人は輝く為に、生きていく

144

お客さんが、お土産を持ってくるお店が繁盛する。

文・イラスト
中谷彰宏

text & illustration by Akihiro Nakatani

「お客様にサービスとして、プレゼントと割引券のどちらがいいですか」と飲食店の経営者から、相談されました。

正解は、どちらもしないことです。

プレゼントをもらうお店も割引券を配るお店も、お客様はリスペクトしなくなるのです。

お客様は、リスペクトで繋がりたいのです。

プレゼントや割引券を求める層もいます。

その層は、リスペクトでつながるということはなく、メリットで動きます。

うちの実家のスナックは、おかげさまで36年間、お客様に來続けて頂きました。

新入社員が、定年になるまでの長さです。

お父さんの年齢から、お子さんが來



店できる年齢までです。

プレゼントや割引券を出したことは一度もありません。

むしろ、お客さんから、いつもお土産を頂いています。

出張に行ったお土産で、水戸の納豆を頂くこともありました。

さつき焼き肉を食べに行ったので、焼き肉のテイクアウトをお土産に頂けるのが、子どもの頃の僕の楽しみでした。

クリスマスには、お客さんから、ケーキを山のように頂きました。

京都の高級カウンター割烹には、お客さんが、お土産を持って食べに行きます。

リスペクトでつながるのが、一流のお客様です。

メリットでつながるお客様は、長続きしません。

お客様と、メリットで繋がりはじめると、お店が長続きしないのです。

一流のお客様が、お店にお土産を持って行くのは「奉仕される側」にいつもいるが、奉仕する側に回りたいからです。

神社の御朱印に「オレは、客だぞ」と暴言を吐いた事件は、神様の前ですら、リスペクトではなく、メリットでつながろうとしている現れです。

プレゼントや割引をお客様に渡すと、

お店にもお客様にも、誇りを失わせません。

リスペクトとは、誇りなのです。

「便利でお得」というビジネスモデルは、20世紀で終わりました。

21世紀は、「リスペクトと誇り」が、ベースになります。

お客様は、このお店に來ているという誇りを持ちたいのです。

リスペクトのある

お店に、「オレは客だぞ」という発言は出ないのです。

繁盛店には、会員カードも、特典も、ポイントもあります。

お客様からお土産

を持ってくるお店が、繁盛するのです。

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。

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

