

## 人は輝く為に、生きていく 153

## ムダな会話をしたお店に、お客様はまた来る。

文・イラスト

中谷彰宏

text &amp; illustration by Akihiro Nakatani

「お客様にリピートしていただくには、どうすればいいですか」と相談されました。

お客様とのムダな会話を増やすことです。

お客様は、おしゃべりをしたお店に、また足を運びます。

おしゃべりなお店は、会話量が少なくなりません。

お客様のプライベートに踏み込まないのが、クールなサービスとされているのです。

おしゃべりだけど、またそこには行きません。

店長は、スタッフがお客様とおしゃべりすることを嫌います。

サービスが遅くなるからです。人件費節約、コスト削減のためには、

会話も削減です。スタッフもネット世代なので、知ら

ない人との会話が苦手です。

ここで、店長とスタッフの利害が一致します。

その結果、ムダなことを話さないお店ができてきます。

関係は、会話から生まれます。ポイントカードでは、関係は生まれないのです。

お客様は、関係のあるところに通うのです。

どんなにそつがなくサービスをしていても、減点がないだけです。そつがなく、スピーディーで、会話がないと、お客様としては、歓迎されない印象を持つてしまいます。

タブレット・オーダーで節約できた時間を会話に回すことで、印象が良くなるのです。

「何を話せばいいのかわからない」と言われます。

「何を」と言っている時点で、会話ではありません。

くだらないことでもいいのです。ムダな雑談に、お客様が癒やされる

のです。スタイリッシュなお店で、パートタイムのお母さんがいました。

そのお母さんのムダな会話が、むしろおしゃべりに感じました。

どの職場にも、ムダな会話をするス

タッフがいます。

そういうスタッフは、ともすれば、邪魔者扱いされがちですが、貴重な存在です。

ムダな会話が苦手なスタッフが、学ぶべきお手本になるのです。

お客様のニーズは、ムダな会話に隠されています。

アンケートにホンは書きませんが、

ムダな会話にこそ、ホッペが出るのです。

ムダな会話は、ヒット商品のヒントでもあるのです。

スタッフのモチベーションも、お客様とムダな会話をすることで、上がります。



## 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/>