

店を多店舗営む方から印象深い報告をいただいた。この会社にはある女性マネジャーがいる。彼女の商売に対する姿勢や発言がとても良いと感じたのですが、それを私がどう思つか、理論的な裏付けはできるのかと

「欲しい」かなえる精肉店



専門店ならではの会話が店先で弾む。1914年創業の「さの萬」(静岡県富士宮市)は、何よりもお客様との触れ合いを重んじる街の精肉店だ。対話は隠れた二一世を知る絶好の機会。佐野佳治社長は、お客様の「欲しい」をかなえる努力をいとわない。

「霜降りもいいけれど、ガツリ肉を食べたい時には赤身肉がいいな」。かねてこんなお客様の声を耳にしていた佐野社長が8年前、米ニューヨークの有名レスト

度、湿度、風を管理しながら、時間をかけて熟成させる。貯蔵庫に2台のファンで空気を循環させ、温度1℃、湿度70%を維持し、熟成には40日を要する。こうした手間をかけ、微生物の働きを利用して柔らかでジューシーな肉質と、芳醇な香りを作り出す。素材は水分60%以上の赤身、月齢24か月以上の中級品を主に扱う。上質なホルスタイン牛にこだわった。技術習得には6年かかった。

康的でジューシーな肉に惚れ込んだ。低価格の赤身肉とは異なる、Aクラスの品質を日本でも提供すれば、牛肉市場を広げ、新たな食文化を生むとした。そこで自ら技術を習得するため、年に数回、現地に足を運ぶようになった。

(マーケティングプランナー)
上杉恵子
IIおわり

招客招福



367

ある地方都市で小売・飲食尋ねてきたのだ。
「社長、わたし思うのです
が、買わないお客様が増え
が足りないが、1つだけ大難
が、買わないお客様が増え
ると、実は買うお客様が増
えんです」「わたしは目の
前に迫られて貰いに来た一見の
姿勢や発言がとても良いと感
じるのですが、それを私がどう
思つか、理論的な裏付けは
できるのかと

客しているのです」
これらの彼女の言葉を奇妙に思うだろうか。しかし、実際に彼女が最初に担当した店は2年で売り上げが50%増え、次に担当した店は30%伸びた。他の店と商材は変わらないのである。私は彼女の言葉に賛同する

ではない、ということだ。
かつてそういうお客様は、HOT客」「今スグ客」など呼ばれ、商売上重要な存在として各店が奪い合った。在として各店が奪い合った。いつしか「ひやかしお断り」(オラクルひと・しくみ研究会)という貼り紙も貼られるようになつたほどだ。しかし、今はそういう時代ではないのです

自分で論理的に説明できぬものだが、彼女は今日、何が売り上げにつながるかがわかっている。それが業績に反映されているのである。店長がいやがる、黙つたくさん買ってくださるお客様が来なくなるのです」

自分では論理的に説明できないものだが、彼女は今日、何が売り上げにつながるかがわかっている。それが業績に反映されているのである。店長がいやがる、黙つたくさん買ってくださるお客様が来なくなるのです」

し、理論的な裏付けもできる。である。

ちなみに、彼女はこうも言つた。『「売り上げに貢献しない無駄話をするお客様をちゃんと相手にするのは店長の仕事です。他のスタッフはとてもいやがります。でも店長がいやがると、黙つたくさん買ってくださるお客様が来なくなるのです』

本コラムで解説するには紙幅が足りないが、1つだけ大難が、買わないお客様が増えると、実は買うお客様が増えます。この必要をちゃんと相手にするのは店長の仕事です。他のスタッフはとてもいやがります。でも店長がいやがると、黙つたくさん買ってくださるお客様が来なくなるのです』