



\*▼\*/ \*▼\*/ \*▼\*/ \*▼\*/ \*▼\*/ \*▼\*/ \*▼\*/ \*▼\*/

## 明日から使える!? 商売繁盛のヒント

サービスコンテンツプランナー 小島章裕

《 vol.36 》

### [ 無い物ねだリスト ]

「買えなかった物」を知ると、来店目的がわかる!?

「繁盛させたいければお客様の声を聞け」

これはカレーハウス CoCo 壱番屋の創業者宗次氏の言葉。カレーハウス CoCo 壱番屋には社長室に届くお客様ハガキがあり、毎日たくさんのハガキが届くそうです。私は通販会社で苦情係の経験があるのでこういう制度を設けると嫌がらせに近いクレームも少なくなく、決して歓迎されるハガキばかりではありません。しかし、百に一つ、千に一つでも会社を成長させてくれる意見が寄せられることを知っているからこそ、利用者に耳を傾けるのです。慢心がお客様商売で一番の致命傷になりますから。そこで、こんな「ご意見カード」はいかがでしょう。見つからなかった場合も考えられます。

### 無い物ねだリスト //

その名の通り、欲しかったけど買えなかった品物を書くリスト。お客様がお店に来て、買いたかったけど陳列棚になく、買えなかった品物を店内に置いてあるカードに書いてレジで店員に手渡します。店員さんはカードをもらおうと引き換えに「50円割引券」を進呈します。たったこれだけですが、次のように活用できます。

- (1) お客様が欲しかった物がわかる → 品揃え
- (2) 本当にあるけど、探せなかった → 店舗作り

もし、受け取った時の時間帯を店舗側が管理したら、午前、午後、夜とニーズが把握できます。「無い物ねだりリスト」に「代わりに他の品物を買った」項目を入れたら、よりお客様の購買行動がわかりますね。記入事項を細かくすればするほど詳細な情報が手に入りますが、お客様が手間を嫌って敬遠しては意味がありません。カードへの記入は専用テーブルを店内の数カ所に点在して置き、お客様の声を聞く姿勢を示します。

\*-\*

★アイデアコンセプト★

## 苦言を求める

\*-\*



**《アイデアの解説》** どの店舗にも「ご意見カード」を書く机が置かれていますが、多くが店舗隅に置かれており、いかにも歓迎していない雰囲気です。どんな意見にも「50円」を支払うのはもったいないと考えるか、200枚（1万円のコスト）で1枚お店がよくなる意見があれば嬉しいと考えるかは、経営者（店長）次第です。「聞く耳を持つ」ことは、情報だけでなく店員への緊張感にもつながります。慢心がお客様商売で一番の致命傷になりますから。

※本コラムの内容は作者の意見です。各人の責任においてご利用ください。本件により生じる損害・トラブル等について、一切責任は負いません。

※本コラムの無断転載を禁じます。