

I K G の
旅館経営再生塾

第103回

「お声がけ」がファン
をつくる

執筆担当者

孫田 猛

九州のある旅館にお
邪魔したときのこと
である。そこは宿泊単価
1万円前後で高齢者の
団体・グループ客を主
な客層とした旅館であ
る。

ここで働くスタッフ
の、顧客の心を捕まえ
て離さない、見事な応
対に目を奪われた。

それは訪れた全ての
人に声をかけるとい
ことである。チェック
インの時、食事の時、
売店で いたるとこ
ろでその場を通る顧客
に自分の方から声をか
けている。そしてチエ
ツクアウト時には仲良
しくいっしょに記念写真
に納まっている。

それぞれの場面を見
ていると、とおりいっ
ぺんの「いらっしやい

ませ」で終わらせるこ
とは決してなく、必ず
それぞれの顧客の状況
を見据えた一言を追加
している。
その結果、一人一人
の顧客とのコミュニケーション
の満足度があがってい
くのがよくわかる。

この旅館の施設はお
世辞にもいいとは言え
ない。料理もこれとい
った特徴はない。ここ
ろが、この「お声がけ」
をはじめ以前と以降
では、アンケート結果
がサービスの点数のみ
ならず、すべての点数
がアップしているのだ
ある。

この旅館とは正反対
の旅館が結構ある。旅
館の施設は水準が高く、
料理内容も客観的に見
ていいのだけれど、ス
タッフの顔はひきつり、
「いらっしやいませ」
といったたきり、その後
の声がまるで出ない。

「ああ、歓迎されてい
ないな」と、瞬時に感
じ取ってしまう。そし

て、同時にこの旅館の
評価が決定してしまう。
たとえクレームが発
生しなかったとしても、
その旅館の印象はほと
んど残らないことにな
ってしまう。

先ほどの旅館では、
ファンがどんどん育っ
ているのである。だか
ら、リピート時に旅館
へのお土産を持つてく
る顧客が多い。

旅館の評価を施設・
料理・サービスといっ
た切り口で行なうケー
スが多いが、その旅館
の評価を左右するのは、
顧客とスタッフとのコ
ミュニケーションが最
も大きい。人の心をつ
かむものはこれでもか
という施設でも料理で
もない。それぞれの顧
客の立場に立った一
言」が最も効果的であ
る。

<http://www.ikmag.jp>

otai@ikmag.jp