

I K Gの旅館経営再生塾  
第138回  
「顧客が喜ぶ」視点へのシフト  
執筆担当者 孫田 猛

以前、ある中規模旅館で「提供商品改革プロジェクトチーム」を社内の新人・女性チームで立ち上げたことを書いた。

今回はその後の進捗状況である。

プロジェクトチームは、自館では顧客にどのような対応をとっているのかを、場所と時間を追ってこと細かく書き出した。いわば自館における提供商品の棚卸し作業である。

この結果、百に近い数の問題点が具体的に浮かび上がった。それらに共通していることは、顧客の立場に立っているのではなく、すべて旅館の都合に合わせたオペレーションが行われていたということである。これは内部調査をしたプロジェクトメンバーから出た言葉である。

そこで、できるかできないかはこの段階では一切議論せずに、各問題点を、「顧客が喜ぶ」という視点から見直すと、どのような対応が理想かとの尺度で改善方法を導き出した。

その結果、例えば予約室では、今までは顧客に対して通り一遍の確認事項であったものが、アレルギー対応やハンディキャップ対応、旅行目的も自ら会話の流れから聞きだす工夫をした。

すべての顧客に対応をすることは難しいので、当面直客に限ってのスタートである。この情報収集により、今度は来館時でのプライベートサービスへ結び付けていく体制をとりつつある。

今までは、1万円以下の団体も、2万円の個人客も同じ対応をしていた。でも、これからは違う。少なくとも、マル希で来館される顧客に対しては、その顧客とスタッフの距離を縮めようと、様々な工夫をし始めている。

業務をこなすだけの毎日から、顧客一人一人に喜んでもらうことを意識したサービスへ、このプロジェクトチームはその存在意義を自ら気づき始めた。

さて、次はわずか数人でスタートしたこの考え方が、数十人いるスタッフへいかに伝えていくかが課題である。

新しいことをするときには必ず反発が伴う。それは今までどおりのほうが楽だからだ。ましてや、顧客が喜ぶなどという発想は長い間忘れられていた現実が一方ではある。

いよいよ改革宣言と、その理由を理解してもらうために、トップの出番である。