

名の知れた観光地ではない。特にこれといった集客要素もない。こんな立地の旅館はどのようにして集客アップを図ったらよいのか？結構相談される事が多い内容である。

ある事例では、積極的な販促はしていないので、このままだと新規客が増える可能性は少ない。一方、ビジネス等なんらかの都合で、その旅館に宿泊をしているという客も、少なからず減少していく。

経営を維持・発展していくためには、なんとしてもそれが成り立つ集客数を確保していかなければならない。

最も労力がかからず、策を講じやすいのが、リピーターの確保である。宿泊時のプライベートサービスやDMなど、相手の顔が見えた上でのアプローチなので比較的効果が得やすい。

しかしたとえ旅館側に問題がなくても固定客の総数は減っていくと考えたほうがいい。だから、この努力を続けつつも、同時に新規客獲得のための行動を常にとり続けていかなければならないのである。

ところが日常の作業のみに追われて、集客アップのための実践を何もしていないという旅館が結構ある。この理由を聞いてみると、経営状況が厳しいため、人を雇うことが出来ず、何もかも経営者家族と限られたスタッフでこなさなければならない。だから余裕がないという。

これは悪循環である。あくまでも「日常業務プラス固定客の確保対策プラス新規顧客獲得」という三点セットを実践することが、経営を持続させるための大前提であると認識しなければならない。そして集客アップを図り、金回りをよくして、スタッフを適正な人数にして、さらにこの三転セットの質的アップを図ることが目指すべきスタイルである。

この実現のために、今おかれた厳しい条件のなかで、それぞれの旅館がどのように工夫するかが大事なところだ。

確かに人の倍働いているので、これが精一杯だということはわかる。でも、それに同情し、「大変だね」とねぎらいの言葉をかけたとしても、状況は悪化していくばかりである。

「目指すスタイル」を明確にし、現状とのギャップを認識し、それに向かって具体的な行動をして、結果が思わしくなければ修正し、再実行する。

そして経営者である以上、決してあきらめない意志を持ち続けることである。