

I K G の

## 旅館経営再生塾

### 第三〇回

「お客様の反応」をどう活かすか

（執筆）孫田 猛

おいしいお店を探す時に、ガイドブックに頼るのは一般的。でももっと信用するのは知人の「あそこのお店おいしかったよ」の一言である。その結果はともかく、信用度・期待度という観点から見れば、お金を払って「うちの店はおいしいですよ」と書いてもらったいるガイドブックよりは格段に高い。

さて、「お客様の生の声と反省と対応」を数多く集め、お褒めの言葉には感謝の言葉を述べ、お叱りにはお詫びと速やかな改善策を講じたことを伝える。これを繰り返しお

こない、内外へ告知する。

「日本の宿古窯」さんの「古窯かわら版」には必ずこの欄があり、毎回興味深く拝見している。

顧客志向とは言い古されたことばだが、その答えは毎回違う。だから日常の繰り返しなかで、いつもそれを問い続ける姿勢は大事だ。

このことを声に出して言うか言わないかは経営者の判断であろう。でも、我が宿が大切にしていることを多くの人に伝えることは、真つ当なことであり、最も信頼される販促方法である。

販促では、「つい」伝えたいこと」を網羅しすぎてしまいがちだが、肝心なことは「知りたいこと」

「知ったら行動を起こしたくなること」を盛り込むことがポイントである。

そこで「お客様の反応」の束から、何ができるかを考えてみるのはいかがであろうか。