

---

**飲食店関係の方へ！)30分で読んで明日から即試せる！！あなたの飲食店が超?流行る絶対法則**

池大

---

タテ書き小説ネット Byヒナプロジェクト

<http://pdfnovels.net/>

## 注意事項

このPDFファイルは「小説家になろう」で掲載中の小説を「タテ書き小説ネット」のシステムが自動的にPDF化させたものです。この小説の著作権は小説の作者にあります。そのため、作者または「小説家になろう」および「タテ書き小説ネット」を運営するヒナプロジェクトに無断でこのPDFファイル及び小説を、引用の範囲を超える形で転載、改変、再配布、販売することを一切禁止致します。小説の紹介や個人用途での印刷および保存はご自由にどうぞ。

### 【小説タイトル】

（全ての飲食店関係の方へ！）30分で読んで明日から即試せる！！あなたの飲食店が超？流行る絶対法則！

### 【Nコード】

N1842P

### 【作者名】

池大

### 【あらすじ】

飲食繁盛店を作る法則です！！

**（前書き）**

こんな不景気な時代。

飲食店で成功を目指している関係者の方。

ほんの少しのコツが人生を変えます。

良かったら読んでみて下さい。

今 この不景気の中、皆さんのお店の売り上げはどうですか？

確かに、どんなに不景気でも右肩上がりの飲食店も存在しますが

今、この時代大半のお店は売り上げが下がり苦勞してるのではない  
でしょうか。

そんな景気の中 少しでも売り上げが上がる法則があるとすれば  
試してみる価値がありませんか？

皆さんも色々な情報を見たり聞いたりしながら勉強している事と思  
います

このマニュアルを読んでみて少しでも試す価値が有ると思ったなら  
試してみてください。本当は直接話した方が細かいニュアンスが伝わ  
りやすいのですが

携帯小説の為

文字数が限られてるので簡単な書き方になってしまいます。ご了承ください。

貴重なお時間を使って読んで頂ける事に感謝します。

もし共感して頂いたオーナー様、経営者の方はスタッフの皆さんにも読むように進めてあげてください。

みんなで手をつなぎ頑張って少しでも景気回復をめざしましょう！

この法則が少しでも皆様のお役に立てますように！

それでは明日からの繁盛店をめざして、  
頑張っていきましょう。  
始まりです。

（ホールの法則）

お客様が来店してくれたその瞬間から 私達スタッフの演出が始まります。

心構えとしてはアルバイトもパートもオーナーもまったく関係ありません。私達はオーナーに働いたお給料を頂くわけではありません。

お客様にお給料を頂いています。

お客様のお帰りの時間まで一瞬の気も抜かずにお客様の事だけに集中するように心がけましょう。

オーナーが頑張って赤字の中お給料をスタッフにあげていても、お客様にお店を使って頂かなくてはいずればつぶれてしまいます。

と言うことは

『お客様からお給料を頂いています』

私達スタッフはお金を頂く以上、どんなお店でもそのお店のプロです。

プロは一度来店して頂いたお客様は必ずリピート客になって頂く。

絶対です!!

当たり前な事ですが大切な事なので もう一度繰り返しします。

『一度来店して頂いたお客様は必ず もう一度来店して頂きます!』

絶対、に、です！

このあたりまえの意識がなかなか出来ません。

本当に大切です。

絶対にお客様の次回の来店確率を運任せにはいけません。

それを必ずどんな時も頭に叩きこんで下さい！

では具体的にどうすれば良いのか？

基本的な流れは以下の通りです。  
順をおって説明していきましょう。



1、お客様に来店して頂く

2、入店後、お客様の無意識にあるお店の予想期待値を超える料理や接客で驚いて頂く

3、口コミツールを意図的に作りお客様に広げて頂く

大きく分ければこんな感じの流れになればお店はだんだん繁盛していきます。

その流れにするにはお客様の未来を決めると言っても大げさでは無いホールスタッフ基本心構えです。

あなたはただ、そこそこ感じが良く料理を運ぶ事が自分の仕事だと思っていないませんか？

頭の中に自分はお客様に  
お店という舞台を演出し

絶対にまた来て頂く為に仕事をするプロだという意識はありますか？

もしもそんなに深く考えていなかったとしても全然遅くはありません。

この法則を読んだ今から変わりました！

大丈夫です。間に合います。まずは自分はプロだという意識を頭に入れて下さい。

あなたは今のお店で何時間のシフトに入っていますか？

- 3 時間の方。
- 6 時間の方。
- 1 2 時間通しの方。

色々な人が居ると思いますが自分に与えられた時間はプロとしての時間です。

めいいっぱいお客様に  
こころくばりをして下さい。

心配りとは字で書くと

(心配)り

そう。

時間内はめいいっぱいお客様の心配をして下さい。

例

お冷やは足りているか？

寒くはないか？

暑くないか？

料理は美味しく召し上がって頂けてるか？

スタッフは全員元気に笑顔で居れているか？そのお客様にあつたサービスをする事に集中出来ているか？

店の掃除は完璧か？  
等

心配したらきりがありません。

おいしい料理プラス自分の接客でお客様が絶対にもう一度来店して頂けるという自信が出るまで全神経を集中して心を配っていて下さ

い。

ただご存じのように

難しいのは飲食店に絶対のマニュアルは存在しません。（タイトルと矛盾しているようですが（笑））

その時その時の柔軟なアドリブ力が必要になります。

スタッフが頑張って元気に声をはり仕事をしているつもりでもお客様の中には うるさく感じる方も居るかもしれません。

肉が好きなお客様も居れば

魚が好きなお客様も居ます。

飲食店の仕事は一見矛盾してますね。

でもだからこそ、あなたしか出来ない暖かい接客で繁盛店に行

く事が出来ると思いませんか。

少し暇な時が続くと店側としては不安になってきます。

そんな時『何が悪いのだろうか？』なんとかサービスをしてでも忙しくしなきゃ！と思えますよね。

そこで先ほど心配りの話をしましたが、こちらが良かれと思っていても

いきすぎのサービスはお客様が逆に恐縮してしまい かえって店に来店しずらくなってしまう事があるので注意して下さい。

例えばお客様が初めて入ったお店ではどう感じてるのでしょうか？

いちがいにお客様全員の心理状態がそうとは限りませんがたいがいは こんな感じでしょう。

お客様

『いやぁお腹も空いたし冷たいビールでも飲みたいけど、この店は  
どうかなあ？』

値段を確認して

雰囲気を見て

店全体の空気間を見て

『1人じゃ入りにくいけど、腹減ったしこの店は気になってたから  
入ってみるか！』

そんな感じで背中を押されてやっとこ入店して頂いたお客様に

勢い良く『待ってました！』とばかりにスタッフ3人で駆け寄り

『いらつしゃーい』

『いらつしゃいませ！』

『いらつしゃいませー！』なんてガヤガヤ近寄って行ったらお客様は引いてしまいますよね？

そんな1人1人のお客様の心理状態を読み  
その時その時の状況を見て変えていきます。

たとえお店が暇な時間で  
スタッフが余っている  
その中の1人が心からの  
笑顔で接客してみたりして自分なりの工夫をしていきましょう。

それにはお客様を恐縮させてしまいうきすぎのプレゼントサービス  
も同じ事です。

たとえば店側が良かれと思っていても何でもかんでも  
ビールやサワーをガンガンサービスしてしまったら  
売り上げはもちろん上がらないし



お客様も『なんかすいません。悪いなあ？』と恐縮してしまいます。  
いくら良かれと思っても  
いきなりのオーナーの挨拶や（お客様が偉く感じてしまう人）

例えばオーナーのプレゼントサービス何かも逆効果になる事が多い  
ので要注意です。

高い代金を頂ける高級店なら状況に応じて良いと思いますが気軽に  
居酒屋やダイニング等は特にお客様に恐縮させてはいけません。

気持ちで何か一品サービスする時はサービスの理由をつけてアルバ  
イトのスタッフに持っていつてもらいましょう。

ここはお客様が受け取りやすくする為に一品サービスする理由を付  
ける！という事が大切なポイントです。理由とは例えば

温度調整がばっちりちょうど良く完璧な温度だったとしても

『少し寒くないですか？この席はエアコンが強めにあたってしまいますので至急弱めますね！良かったらこれサービスでどうぞ！』とサービスの理由をつけたりします。

全員とは言いませんが

特に若いお客様などは  
いきなりオーナーがサービスしたりすると恐縮して居心地が悪くなる場合があるので

オーナーがサービスした方が良いのか

スタッフがサービスした方が良いのか

スタッフの中でも誰が行くのがベストなのかなど

お客様が一番恐縮しないベストを探しながらサービスするように心がけて下さい。お客様には少し威張って

気持ち良く居て頂くくらいが一番良い距離感に感じお客様もまた来店しやすいでしょう。

お客様に恐縮しないですむようにサービスを出来る工夫をしてみてください。

ここで軽くまとめます。

一度来店して頂いたお客様には必ず接客とこころくばりで絶対にリピートして頂く意識をスタッフ全員で持つ。

お客様が心理的に恐縮しないようなサービスで感動して頂けるよう工夫する。

しつこいですが  
あなたは今来店して頂いたお客様に必ずもう一度来店して頂く為に

何が出来ましたか？

（最強口コミの法則）

次は飲食の世界では一番大切な事かもしれません。口コミを広げます。

お客様の来店理由には色々な要素が入りまじって来店していますがその中でも一番強力なのが口コミなのは皆さんもご存じだと思います。

友達や知人に『あの店良いよ！』とか『めっちゃウマイよ！』とか言われると行きたくくなりますよね？

でも実際はそんな事を言われるようなお店を意図的に作れてるお店ってあまり無いのが現実です。

たとえ繁盛していても何故繁盛してるのかはつきり説明出来るほど理解していないのが現状です。

細かく分析して、なぜ、どこで、どんなふうに口コミが起こっているのか店側が分かっていないのがほとんどです。まずはそこをはっきり分かる事が重要なんです。

雑誌やらテレビに偶然出て有名になったなんて考えるよりよっぽど強力な口コミツールを作って行く方が近道なのでそれをやっていきましよう。

まずはオンリーワンになる事を意識して下さい。

でも、、、

実際にはオンリーワンでは無くて全然かまいません。

オンリーワンに見せる仕掛け、、、が大切です。

次にセンスが良い事。

いくらオンリーワンでもセンスが悪いと繁盛する事は難しいのであるくまでもかっこいい！を心がけましょう。

もしも自分のアイデアの

1つがかっこいいのかどうか良く分からない場合は

とにかく知人にそのアイデアが良いか悪いか聞きまくって下さい。

誉める人がたくさん居てもほとんどの人はお世辞を言うと思って有頂天にならずあせらずに何人も何人も頑張って聞きまくって下さい。

聞きまくって居るとなんとなく本当に良いのかどうか分かって来るのでとにかく知人にお願いして下さい。

それとさっきのオンリーワンに見せる。は、本当のオンリーワンはお金がかかります。

例えば

店のど真ん中に大きな滝を作る。

店のホール中央にかっこいい改造車を入れてその中に調理場を作る。  
等

まあ例えばなのでどこかに有ったら申し訳ないのですが、これに何かもう1つくらいオリジナルのアレンジを加えればかなり目立つのでオンリーワンになりそうですね？

でも資金が莫大にかかってしまいます。

大手の会社や資金がある方はデザイナーの人に頼んでこういった方法でもかなり有利にオープンスタート出来るのですが

私達一般は出来れば資金は抑えたいので知恵をしばってオンリーワ  
ンに見て頂く努力をしましょう。

お金をかければ何でも出来ます。

でも私達は資金をなるべくかけたく無い。

そこでお客様が気づかない小さなサービス（仕掛け）を出来るだけ  
多く入れていきましょう。なぜお客様が気づかない方が良いのか？  
サービスなら気づいて頂いた方が良いのでは？

最初に言いましたが私達はお客様に来店して頂いてお給料を頂く以  
上プロです。

ではプロですからお客様にたくさん来店して頂きましょう。

お客様に分からないように小さなサービスをたくさん入れてお客様



が帰る時には『いやぁ良い店だったなぁ。』

次は友達を連れて来よう』と言って頂くツールを作ります。

それには『こんな色々なサービスしますよ！だから来て下さい』なんて最初からサービスする事が分かっていたら感動が薄まってしまふんです。

お客様があなたのお店に入る時には無意識にだいたいこんな感じだろうな、、、と言う予想や期待があります。

具体的に言うとなんか

お客様として初めてのラーメン屋さんに行く時は店に入る前に表からお店の雰囲気やメニュー、値段を見て無意識のうちに

『だいたいこんな感じだろうなぁ』という予想や考えが頭の中によぎります。

そして中に入って注文して食べてお会計をして帰ります。

そして また行こう！とか絶対に行かない！とか決めてませんか。

たいがいの人はそんな感じなのでそのお客様の期待値を超えるサブライズがあると『また行こう！』になります。オンリーワン＝同じ業種のお店がやってない事をかつこよくやる＝珍しい＝感動する＝お腹が減る度に人に言いたくなるです。

では実際に想像してみてください。あなたが先ほどのラーメン屋さんに初めて入る所から、

あなたは今大変お腹がすいています。ラーメン屋さんの前で入ろうかどうかどうしようか悩んでいます。

メニューやおいしそうなラーメンの写真を見て『うまそうだな』と思います。

次は値段です。

『うん。高くは無いな。結構安いぞ』

次は店内を見て見ます。

『よし。まあ普通だし入ってみるか』

色々な事が頭を駆けめぐり入店しました。『いらっしやいませー！』  
『いらっしやいませ！』

感じの良さそうな店長だろう男性と笑顔の優しそうなアルバイトの女の子が元気に挨拶してくれています。

女性スタッフ

『お好きなテーブルにどうぞー！』

『お、良かったあゝゝゝ、ぎゅっぎゅっ座らされたらどうしよう  
かと思ったよ。結構良いな』

女性スタッフ

『お冷やです！どうぞ！』

『あ、ありがとう。えーとラーメンを下さい』

女性スタッフ

『ラーメンですね！はい！ありがとうございます！あ、それとこれ  
は冷たいおしぼりです。良かったら使ってください』

例えば最初に紙おしぼりを出すと当たり前なのですが、あえて一  
言をそえてこのタイミングで出す事で当たり前ではなくサービス  
であると認識して頂きます。

『あ、はい。』

なんか　ここ感じ良いな。

女性スタッフ

『おまちどう様でした』

あなたは美味しいラーメンを食べて そろそろお会計です。

入り口近辺のレジに向かいました。『ご馳走さま』

女性スタッフ、店長

『ありがとうございます！』

女性スタッフ

『ありがとうございます！良かったらお口直しのガムです。どうぞ！』

あなたはお金を払う時に、当たり付きの10円ガムをもらいました。  
『へー、ラーメン屋でガムのサービスね』

女性スタッフ

『当たつたらもう1つなので言ってお下さいね!』

『（笑）ありがとう』

そして店を後にしました。

『なかなかおもしろいラーメン屋だったな』

とそこへ先ほどのラーメン屋さんの女性スタッフが走って外まで追いかけてきました。

女性スタッフ

『お客様すいません、先ほどのお客様が座っていたテーブルなのですが 普通のテーブルよりも小さいテーブルになっています、狭くなかったですか？なので良かったら次回餃子半額券なのですが お使い下さい！宜しく願います』と言っていていかにも若い女の子が書いたような真心がこもってそんな手書きのサービス券をもらいました。

どうでしょうか？

これはほんの一例にすぎないのですがなんとなく記憶に残り知人に話したくなるそんな頑張ってるラーメン屋さんに感じませんか？

少しまとめてみます。

あなたは初めて行くこのラーメン屋さんを『この店うまいかな？』と疑いながら店前でリサーチします。

『よし！入ってみよう』覚悟を決めて入店しました。

ポイントとしては

お店に入店する前の段階ではなるべくハードルを上げずに少し普通すぎるくらいの店構えにしておきます。（期待をさせない）

この段階ではお客様の期待値は低いほうが今後のリピート率が上がります。

そして入店しました。

ラーメン屋さんのイメージとしては少したくましい男性店員のイメージが強いので入店して頂いた所々なるべく明るく笑顔で『思っていたよりも優しく感じが良い！』という第一段階のサプライズを与えます。

『好きなテーブルにどうぞ！』

ここで、このお店は店員が何でもかんでも決める店員ありきの店では無く『お客様の自由感』を出します。

そしてラーメンを注文。

だいたいのお客様の頭の中には『こんな感じだろうなあ』と言うイメージにあるラーメンが無意識にあります。

ここも重要なポイントです。



私達もプロである以上お客様が想像しているさらに上に行く美味しい料理を必ず出して下さい。

たとえお客様がメニューや写真を見てもその写真の上を行く見栄え、ボリュウムに注意して必ずお客様の期待値を越えて下さい。

どんな時も期待値越えは  
絶、対、に、です！

この料理が出てきた時のお客様に『おお！』と思わせる小さなサプライズの積み重ねが口コミに広がっていきます。

そして食べ終わりお会計の時に当たり付きのガムをプレゼントします。

ポイントはラーメン屋さんでガムを配るところはあまり無い。（  
飴を置いてある所はありますが）

それと当たり付きのガムにする事によって焼き肉屋さんでは板ガムを配るという当たり前のサービスのさらに上に行く。

という所でしょうか。

とにかくラーメン一杯にたいしてガム代の10円バックは大きいかもしれないがラーメン屋さんで行う珍しさで少しでも口コミツールになってくれたら宣伝料金としては安いもんです。

しかも同じ広告宣伝の中でも先ほどお話した通り最強の力を持つ（口コミ）ですから。そして表に出た時にわざわざ走って追いかけてきた感じの良い女性スタッフ。

手書きの餃子半額チケットをくれました。

この渡し方は本当に色々な仕掛けが入っています。

まず店内で渡さずに表に追いかけている。

店内に残って居られる他のお客様にチケットを渡す所を見られないですむ。『みんなに同じサービスしてる?』と思わせないですむ。

忙しい時に表に追いかけて行ってまでは渡しずらいのですが

店内でお会計の時間にお釣りと一緒にサービスチケットを渡す店はたくさんあります。でもなんかあたりまえの感じがして感動しなく無いですか？

そこで表までわざわざ追いかける事によりあなたは特別なお客様である。

周りのお客様とは違うという差別化を強調しています。

そして女の子の字で手書きにする事により店の用意した誰にでも配っているサービス券ではない事

お客様の為に今わざわざ用意した！と思って頂くさらに特別感を出しています。

チケットの話になったのでここでショップカードについても触れておきましょう。

店の住所やTEL番が書いてある名刺サイズのショップカード。  
良くレジ横などに置いてありますよね？

あれで手作り手書きチケットの代用も出来ます。ポイントとしてはあなたのお店のショップカードを作成する時にお客様に分からないくらいの一行分の空白を入れておきます。

そして来店して頂いた

フリーのお客様に絶対に口コミやリピートして頂くために

その空白の所に、アルバイトスタッフがいかにも今日は

『テーブルが狭かったから』

『エアコンの風があたりやすいから』

『隣のテーブルのお客様が携帯を使って迷惑だったかもしれない』  
等の

理由を作り  
サワー1杯サービス！担当名前      とかの情報や日付を書きこみます。  
しょう。

さらに店側は万全のつもりでも料理の提供が遅れたなどのクレームが入る場合があります。その場合も同じ要領で渡していきます。

この場合クレームのお客様がもし次回来店して頂いた場合も

前回渡したシヨップカードでこの度どのスタッフが対応しても一目で分かるように

クレームマークとして

マークなどを小さく書き足しておく今回はいつもの以上に気をつける事が出来るので応用しながら使ってみて下さい。

どうでしょうか？

なんとなくオンリーワンに見せる。

オンリーワンを作るといった感覚が分かって来ましたか？

同じ業種でも他店が行って無い新しい珍しい事をかっこよくサービスしていく。

これが重要です。先ほども言いましたが飲食店のやり方に絶対はありません。  
必ずこうしろ！と言うマニュアルは存在しません。

でも確かなのはお客様の期待値以上に喜んで頂ければ必ずまた来店して頂けます。

では付け足しながら繁盛店の法則をまとめて行きましょう。

お客様の次回来店確率を絶対に運任せにしない。

お店にかかわる全ての  
スタッフの方はお客様からお給料を頂いているので自分の働いている時間は頭から血が出る程全神経を集中してお客様の心配をする。

来店して頂くたびにお客様の期待値は上がっていきます。

例えば前回すごく感じが良ければ今回は『このお店、めっちゃ感じが良いんだよなあ！』からスタートします。なので何があっても何度来店して頂いてもそのつどお客様の期待値を絶対に越える。

料理を出した時にお客様に『おお！』と言わせる。

お客様に来店して頂き 帰るまでに出来るだけたくさんのサプライズを入れる努力をする。

挨拶やプレゼントサービスをする時には色々なパターンを想定しお客様の一番喜びそうなスタッフがする。

どうですか？

コツが分かって来ましたか？



次は（集客の法則）です。

飲食店にとって集客は口コミと同じくらい凄く重要な事です。

でも集客するのを止めましょう。

間違いでは無いですよ。

無理して集客するのは止めましょう。

あなたのお店が大手じゃない個人の飲食店なら絶対に無理な集客をしてはいけません。

もちろん これにはオープンして何年経っているか？など複雑な事情が絡んでくるのでケースバイケースなのですが

個人店のほとんどがあてはまる事だと思います。

たとえば人がわんさか通るリピーターを必要としないくらいの立地の良さが売りのお店の方はそんな心配は要らないですけど。

なかなかそんな良い条件で出店出来ませんよね。

だから口コミツールを作り時間をうまく使いながらどんどんあなたのお店のファンになって頂きましょう。なぜ無理な集客をしてはいけないかと言うと

先ほどお話したサプライズをちりばめた流れが完全に出来ていないうちに一度集客してしまうと もう二度と来店して頂けない可能性があるからです。

一度集客してしまつて万が一にでももう行かない！と思われたらもう二度と広がっていきません。

試しに例を見てみましょう。

自分がもし食べに行ったら？を冷静に現実的にリアルに想像してみてください。

分かりやすくまた先ほどのラーメン屋さんで例えますが

新しいラーメン屋さんが近所にオープンしてあなたは前を通りました。

表にオープン記念半額セールのポスターが！

『半額か！安いな。入ってみるか』

入ってみたらオープンしたばかりなのでスタッフの皆さんもまだ慣れてません。

店もオープンの大繁盛でぎゅうぎゅうのパニックです。

注文した物がなかなか出て来ない。

味はキッチンスタッフも急ぎながら焦って作っているのでせつかくの料理も荒れてます。

キッチン経験者なら分かりますがどんなにプロの料理人でもいきなり他人の家の使いなれて無いキッチンや道具では、なれているはずの料理もなかなか難しいものです。

ざっくりで全然オツケーです。想像出来ましたか？

そこでもう一度落ち着いた頃にまた倍の値段を出して行こうと思い

ますか？どおしてもラーメンを食べなければ世の中にライバル店はたくさんあるのでそこそこおいしいと評判の他店に流れて行ってしまう。

怖い事にほとんどの人は、その最初の一回の来店で店の今後や全てを評価してしまうのです。

思い出して下さい！

『一度 来店して頂いたら絶対にまた来店して頂く！』

これがこの法則を読んだ方の合言葉ですよね。

そう。

大切なお客様に一度来て頂いたら何かなんでも絶対にもう一度来て頂く！

そう努力して行けば間違いなくたとえゆっくりでも右肩上がりに繁盛して行きます。もちろん飲食繁盛店は色々なお客様の要素が絡み合って成功していくので簡単ではないのですが。

そこで同じオープン記念半額セールでもサプライズを入れて絶対にリピートして頂く法則を考えていきましょう。

たとえばですが

あなたが念願のラーメン屋さんをオープンして何日間か（オープン記念半額セール）をやるとしましょう。

そんな状況だとどうしても表に半額セールの宣伝ポスターをでかで貼って集客しようとしませんか？

この表に半額ポスターで集客作戦は絶対にダメです。なぜか？

それは

飲食店を繁盛させるのに

大切な事は お客様がどういう気持ちなのか今の感情を読む事です  
よね。

たしかに『半額ならセールの今のうちに行ってみよう！』と多くのお客様を集客出来るかもしれませんが。

でもこの無意識の心の奥に隠れている『今のうちに』が良くないのです。

せつかなので良く考えてみましょう。

もしもお店をオープンしてもお客様の気持ちが読めずに自分の事だけ良く考えよるような人なら勝手な店の支払いの都合で値段が高すぎてしまったり

お客様の望んでないメニュー構成になったり

店側の考えを一方的に押し付ける事になり残念ながら暇になってしまします。

なのでこのポイントはガッチリつかんで下さい。

お客様に『今のうちに』と思わせた時点で無意識に正規の値段では行きたくない。

『半額のうちに』が問題なんです。

セール終了後に倍は払いたくない。

と言う感情が働きます。  
でもお店側の言い分としては



『まずうちの店の味を知って頂ければ美味しいから必ずまた正規の値段でも来て頂ける！』と思いながら残念な事にほとんどのお店が失敗していきます。

だって良く考えてみて下さい。

新規オープンだから半額にして集客し

そこで食べてみて美味しいからお客様がガンガン永久的にやって来て頂けるなら誰がお店をやっても繁盛すると思いませんか。

料理のうまい人が半額にするだけですもん。

そんなに甘くは無いですよね。

たしかにとびきり美味しいなら味だけでも来て頂けるかもしれません。

がせっかくたくさん集客しても ほんの一握りのお客様に気に入って頂けてもほとんどのお客様に『あそこはもう行かない』と言われるなら商売はどんどん難しくなっていくます。

だとしたら同じ半額セールでもどう半額セールをやったら良いのでしょうか？

まず表には半額のポスターは貼らずにたとえ集客人数が減ったとしても正規の値段だと思っているお客様にだけに来て頂きます。

この時点でオープンセールが終わっても値段に文句無く来て頂けるお客様です。

なぜなら最初に値段が半額だからと言って来て頂いた訳ではないですから。

仮にこの時点で『割引セールが無いなら行かない』と言っているお客様でも

一度来て頂いて先ほどのオープンパニックにより『もう二度と行かない』と言われなければいつかは来て頂ける可能性のある見込み客なのです。

大切なのもう一度確認します。

一度も集客していなければいつかは来て頂けるかもしれない『見込み、客』なのです。

その近所の大切な見込み客の皆さんを口コミパワーで集客していきましょう。だから新しくオープンしてしばらくは来て頂けなくても大切なお客様なんですから焦って集客してはいけません。

来て頂く時は絶対にリピートして頂くシステムが出来てからです。

表にポスターは貼らず、どこに貼るのか？

それはレジ後ろなどに小さく貼っておきます。

あまり目立たないように。

もう一度。

あまり目立たないように。

それによってお客様はどんな感情になるのか？

お客様は何も知らずに普通に料理を召し上がってます。

オープンの忙しさはたしかにあります。が半額セールのお知らせをしないので先ほどのような凄いオープンパニックはありません。店が落ち着いているので料理もしっかり作れています。

そこで お客様は『ご馳走さま!』

お会計です。

もちろんこの時までお客様は半額セールを知らないのでレジに行つて

52

お金を払う瞬間に半額という事を知る事になります。

店員

『本日はありがとうございます!実は当店のオープン記念で半額になっっています!』

ここで初めて半額セールを知ったお客様はかなり驚いて喜んで頂きます。

それに何より驚いて頂けると口コミして頂けます。

どうでしょうか？

この集客のやり方のほうが聞くまでもなくリピート率は絶対に上がります。リピート率を増やして時間をかけて1人1人のお客様に必ず気にいって頂き繁盛店を作っていきましょう。

あせって失敗する事は絶対にさけて下さい。

いかがですか？

この法則も色々な例えの中の1つでしかありません。

皆さんの中で今売り上げに困っている方。

これから新規オープンを考えてる方。

飲食店で働く事が好きな方。

試してみる事はタダです。

努力する事は誰でも出来ます。私もそうでした。

何をやっても自分の働いていたお店にお客様が入って頂けずに掃除なら自分にも出来ると掃除だけをただひたすらやっていた時もありました。そんなある日お客様が『この味と清潔さが大好きなの』と言ってくれた事がありました。

本当に掃除だけでも懸命にとことんやればオンリーワンの武器になると涙した時でした。

皆さんも何があっても諦めずに、この法則を試しながら自分流にアレンジして繁盛店を目指して下さい。

決して売り上げだけを競うようなお客様を二の次にするお店ではなくサービスやお客様の喜びを競うようなそんな素敵なお店を作ってくださいませんか。

この度は最後までお読み頂き本当にありがとうございました。

この後も

『繁盛させるメニューの作り方』

『繁盛させる接客の奥深さ』 『繁盛店の新人スタッフに教えるコツ』  
など全て仮題ですが

タイミングがあれば色々書いたり、お話ししたりしていきたいと思



っております。

本当に最後までお付き合いありがとうございました。

繰り返しますが

少しでもこの法則が皆様のお役に立てますように！

『感謝』

終

## PDF小説ネット発足にあたって

PDF小説ネット（現、タテ書き小説ネット）は2007年、ルビ対応の縦書き小説をインターネット上で配布するという目的の基、小説家になろうの子サイトとして誕生しました。ケータイ小説が流行し、最近では横書きの書籍も誕生しており、既存書籍の電子出版など一部を除きインターネット関連に横書きという考えが定着しようとしています。そんな中、誰もが簡単にPDF形式の小説を作成、公開できるようにしたのがこのPDF小説ネットです。インターネット発の縦書き小説を思う存分、堪能<sup>たんのう</sup>してください。

---

この小説の詳細については以下のURLをご覧ください。  
<http://ncode.syosetu.com/n1842p/>

---

(全ての飲食店関係の方へ！)30分で読んで明日から即試せる！！あなたの飲食

2010年11月28日08時58分発行