
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

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！

【ISBN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労しているのではない
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すか？

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
いますが

このマニュアルを読んでみて少しでも試す価値があると思ったなら
試してみて下さい。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します。」
「承
下さー。

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をよこ
も読むよひに進めてあげて下さー。

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ーーー。

」の法則が少しでも皆様のお役に立てますよひーーー。

それでは明日からの繁盛店をめざして、
頑張つていきましょーー。
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。私達はオーナーに勤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ざれはつぶれてしまします。

と書かれたことは

『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つて頂く。

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してはいけません。

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。
順をおつて説明していくましょ。

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、ロゴマニシ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つ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つていませんか？

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ふ意識はありますか？

もしもそんなに深く考えていなかつたとしても全然遅くはあります
ん。

この法則を読んだ今から変わりましょう！

大丈夫です。間に合います。まずは自分はプロだといふ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。
- 12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。

めここひぱこお密様
にじれくせこまつをじて下れ。

心配つとせよで書くと

(心配) つ

そつ。

時間内はめここひぱこお密様の心配をして下れ。

例

お令やはせきつてこむか?

寒くはないか？

暑くないか？

料理は美味しいとじ上げつて頂けるか？

スタッフは全員元気に笑顔で居れているか？そのお客様にあっ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こう自信が出るまで全神経を集中して心を配つていって下さ

い。

ただ、「存じのよう」に
難しいのは飲食店に絶対のマーケットは存在しません。（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して行

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しまいます。

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ー…と思しますよね。

そこで先ほど心配りの話をしましたが、これからが良かれと思つても

いきすぎのサービスはお客様が逆に恐縮してしまい かえつてお店に来店しそう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つとは限りませんがたいがいは こんな感じでしょ。。

『いやあ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つてたから入つてみるか!』

そんな感じで背中を押されてやつとこ入店して頂いたお客様に

勢い良く『待つてました!』とばかりにスタッフ3人で駆け寄り

『いらっしゃーい』

『いらっしゃいませー!』

『いらっしゃいませー!』なんてガヤガヤ近寄つて行つ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
スタッフが余つていっても
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つゝさきのプレゼントサービス
も同じ事です。

たとえ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つたら
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。いくら良かれとし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つて置いてもらいましょう。

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ゃんと壁の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！良かつ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つて

気持ち良く居て頂くへりこ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むよひにサービスを出来る工夫をしてみて下さい。

111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いいひいぱ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くなつた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存じだと思います。

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

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るお店
つ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のかはつきり説明出来ぬほど
理解していないのが現状です。

細かく分析して、なぜ、どうで、どんなふうにロゴマークが起つてこ
るのか店側が分かっていないのがほとんどです。まずはやじをはつ
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つたらなんて考えるよりよっぽ
ど強力なロゴマークを作つて行く方が近道なのでそれをやつてい
きましょう。

まずはオンラインになる事を意識して下さい。

でも、丶、

実際にはオンラインでは無くて全然かまいません。

オンラインに見せる仕掛け、、、が大切です。

次にセンスが良い事。

いくらオンラインでもセンスが悪いと繁盛する事は難しいのでもうまでもかつこいい！を心がけましょう。

もしも自分のアイデアの

1つがかつこいいのかどうか良く分からぬ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つて下さい。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つて有頂天にならずあせらずに何人も何人も頑張つて聞きまくつて下さい。

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

それとせつきのオンラインに見せる。は、本当のオンライ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つ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つたら申し訳ないのですが、これに何かもう一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でオシ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ぼってオンライン上に見て頂く努力をしましょ。

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『いやあ良い店だったな。

次は友達を連れて来よつ』と黙つて頂くツールを作ります。

それには『いろ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つていたら感動が薄まつてしまふんです。

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るづな、ヽヽヽと黙つて予想や期待があります。

具体的に黙つとあなたが

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るづな』といつ予想や考えが頭の中によぎります。

そして中に入つ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プライズがあると『また行こう!』になります。オンライン=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下さい。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る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『うますぎだな』と思いました。

次は値段です。

『うん。高くては無いな。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』

色々な事が頭をかけめぐり入店しました。『いらっしゃいませーーー!』

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ます。

女性スタッフ

『お好きなテーブルにどづぞー!』

『お、良かつたあ、、、、『ああ、ひゃあ、ひこ座ひわねたひやひしおつ
かと思つたよ。結構良くな』

女性スタッフ

『お冷やですー・ビーバーー。』

『あ、ありがと。えーとラーメンをトセー』

女性スタッフ

『ラーメンですねーはーーありがと。『あ、それとこれ
は冷たいおしほりです。良かつたら使ってトセー』

例えば最初に紙おしほりを出すと当たり前なのですが、あえて一
言をやえてここに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

『おまかどり様でした』

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きました。『一駆走せん』

女性スタッフ、店長

『ありがとうございますー』

女性スタッフ

『ありがとうございますー!良かつたらお口直しのガムです。どうぞー』

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

『当たつたらもう一つなので書いて下せーねー。』

『（笑）ありがと』

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つたな』

とそこへ先ほどのラーメン屋さんの女性スタッフが走つ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？なので良かつたら次回餃子半額券なのです
が、お使い下さい！宜しくお願ひします』と言つていかにも若い女
の子が書いたような真心がこもつて、そうな手書きのサービス券をも
らいました。

どうぞよいか？

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つてるラーメン屋さんに感じませんか？

少しまとめでみます。

あなたは初めて行くこのラーメン屋さんを『この店つまいかな？』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じこ男性店員のイメージが強いので入店して頂いた所で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『れます。

『お好きなテーブルにどうぞ!』

いいで、このお店は店員が何でもかんでも決める店員あつきの店では無く『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『こんな感じだらつなあ』と書つ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こられた上を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いてもその写真の上を行く見栄え、ボリュー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『おおー』と思わせる小さなサプライズの積み重ねが口パク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ります
が、(館を置いてある所はあります)

それと当たり付きたがムにある事によつて焼き肉屋さんでは板ガム
を配るところ当たり前のサービスの上に行く。

ところ所でしょうか。

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
しれませんがラーメン屋さんで行う珍しさで少しでもロハシッ
ルになつ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を通り
最強の力を持つ(ロハシ)ですか。そして表に出た時にわざわざ
走つ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「表に追いかけて」いる。

店内に残つ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やる』と思わせないですむ。

忙しい時に表に追いかけて行つてしまでは渡しずらいのですが

店内でお会計の時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。

周囲のお客様とは違つとこつ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つ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ーと思つて頂くからに特別感を出しています。

チケットの話になつたのでもうショッピングカードにつけておきましょう。

店の住所やTEL番号が書いてある名刺サイズのショッピングカード。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ピングカードを作成する時にお客様に分からぬ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ロゴマークやロゴパートして頂くために

そこの空白の所に、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』

『ニアソ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つたかも知れない
等の

理由を作り

サワー一杯サービス！担当前 とかの情報や日付を書きこみま
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
が入る場合もあります。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

前回渡したショップカードの度合い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おくと今回はいつも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？

なんとなくオンラインに見せる。

オンラインを作るという感覚が分かつて来ましたか？

同じ業種でも他店が行つて無い新しい珍しい事をかつて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「いつぶりー」と言ひ方マーカルは存在しません。

でも確かに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ます。

例えば前回すゞく感じが良ければ今回は『い』のお店、めっちゃ感じが良いんだよなあー』からスタートします。なので何があつても何度も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『おおー』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?
コツが分かつて来ましたか?

次は（集客の法則）です。

飲食店にとって集客は口回りと回しのうま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。

だからロコモ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つと

先ほどお話し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つと もう一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つ行かない!と思われたらもう一度と広がつていきません。

試しに例を見てみましょ'つ。

自分がもし食べに行つたら?を冷静に現実的にリアルに想像してみて下さい。

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。入つてみるか』

入つ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さやうさやうのパーティックです。

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つて作っているのでせっかくの料理も荒れます。

キッチン経験者なら分かると思い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。

ざつくりで全然オッケーです。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つ

ますか？どちら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います。

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。

思ひ出してもやごー！

大切なお客様に一度来て頂いたら何が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たくさん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か貼つて集客しようとしたしませんか？

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 お客様がどういった気持ちなのか今の感情を読む事ですね。

たしかに『半額ならセールの今のつひ行つてみよつー』と多くのお客様を集客出来るかもしません。

でもこの無意識の心の奥に隠れている『今のつひ』が良くないのです。

せっかく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う的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つたり

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つてしまします。

なので『JRのポイントはガツチリつかんでトさい。

お客様に『今のうち』『元けひに』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』が問題なんです。

セール終了後に倍は払いたくない。

と言つ感情が働きます。

でもお店側の言い分としては

『まずは「うちの店の味を知つ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!』と思ひながら残念な事にほとんどのお店が
失敗していきます。

だつ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つて来て頂けるなら誰がお店をやつても繁盛すると思ひませんか。

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。

がせつかくたくさん集客しても ほんの一握りのお客様に『気にいつて頂けともほとんどのお客様に『あそこはもう行かない』と言われてるなら商売はどんどん難しくなっていきます。

だとしたら同じ半額セールでもどう半額セールをやつ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つたとしても正規の値段だと思つてこむお客様にだけに来て頂きます。

この時点でお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つて来て頂いた訳ではないですから。

仮にこの時点での『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『もう一度と行かない』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。

大切なので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『ミミパワー』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と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。

表にポスターは貼りらず、どうして貼るのか？

それはレジ後ろなどに貼っておきます。

あまり目立たない位置。

もう一度。

あまり目立たない位置。

それによつてお密様はどんな感情になるのか？

お密様は何も知らずに普通に料理を召し上がります。

オープンの忙しさにあります。が半額セールの告知をしてないで先ほどのような凄いオープンパニックはありません。店が落ち着いてるので料理もしっかり作っています。

セレーヌ お客様は『まいにち走りまー』

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

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けます。

それに何より驚いて頂けると口号にして頂けます。

どうぞどうか?

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ついて頂き繁盛店を作っていくましょう。

あせつて失敗する事は絶対にさせて下さい。

いかがですか?

この法則も色々な例えの中の一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。

飲食店で働く事が大好きな方。

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』と言つ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ラインの武器になると涙した時でした。

皆さんも何があつても諦めずに、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ー。

決して売り上げだけを競うようなお客様を一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つていませんか。

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

つてあります。

本当に最後までお付き合って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つようになります。

『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＝横書きという考えが定着しようとっています。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