



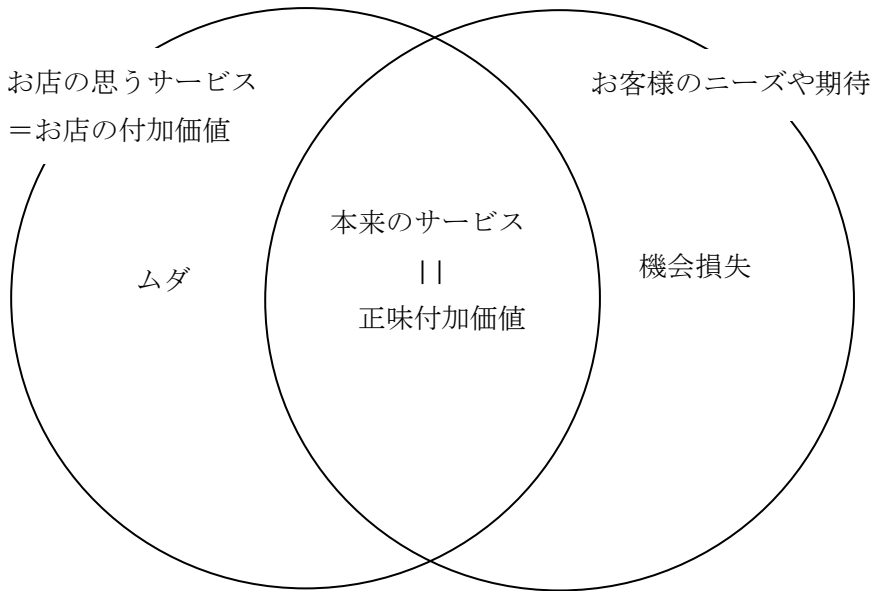
ニュースレター第89号



サービスの定義を知り意識を変える

先日のセミナーで印象的な話を抜粋してご紹介いたします。

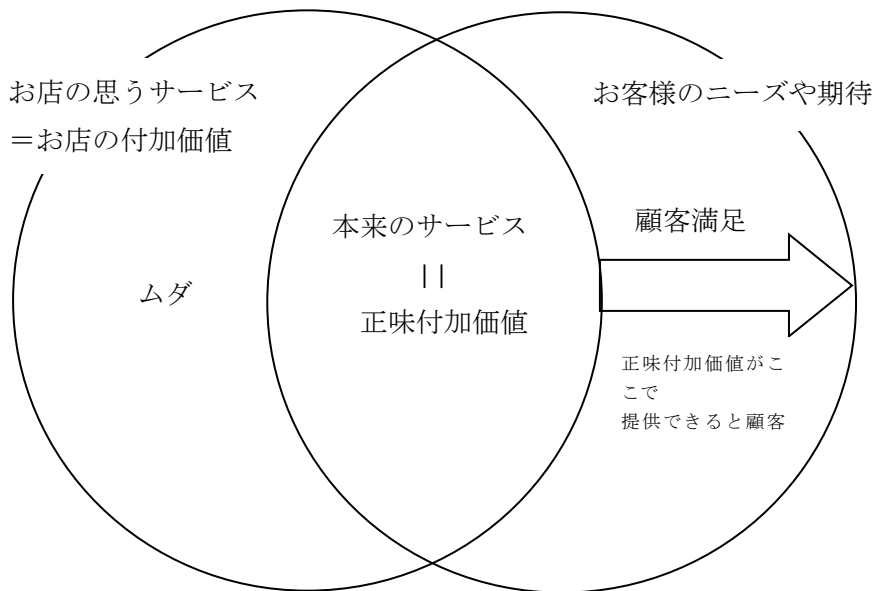
講演：飲食店のための人出不足対策セミナー「人出不足の時代を乗り切る強い会社になるための5つのステップ」
「そのサービスは本当にお客様にとって必要なものですか？」



とんかつ屋さんの例

キャベツ・ライスお替り自由のお店でランチタイムはお替り専用のスタッフを1人雇っていた。

お店→お替りでお客様に面倒をかけたくない
お客様→ランチタイムにお替りで待た



とんかつ屋さんの例

お替りはお客様のセルフサービスにすることになった
お店→1人分の人件費削減
お客様→自分の好きな時に好きなだけお替りができるのが快適でロコミしてくれた

～サービス産業労働性の革新 理論と実務 (内藤耕畧/旅行新聞社) の図を参考に作成～

お店側からするとお客様は座ったままのサービスしてもらえるのが快適だと思っていた。しかし実はそうではなかった。お店とお客様の感覚に溝があった典型的な例だなと感心しました。これは過剰包装にも当てはまるのではないのでしょうか？贈答目的の鯛焼きと家族や自身で食べる鯛焼きでは包装も変わってきます。

皆さんのお店のサービスにも何かあるかもしれません。上記の「強い会社になるための5つのステップ」気になる人は是非お問い合わせください。