

成功事例を積極的にまねる 店の文化を作っていこう

前号では自店の「ありがとう」と言われる接客の必勝パターンを整理し、スタッフ間で横展開していく手法について説明した。今号では、それを導入後に店内で定着化させていく手法や、より高度な接客が求められるレストランにおけるおもてなし手法を考えていく。

「ありがとう」と言われる接客事例を共有する取り組みは店内を活気づけ、非常に有効です。ところが、始めでも最初の数カ月だけで、継続しない店舗も多くあります。理由は手持ちの成功事例が段々と陳腐化して使えなくなっていくにもかかわらず、新しい成功事例が提供されないためです。また、新人以外のスタッフが

他人の事例をまねすることを良しとせず、自分流の接客にこだわってしまうケースも見受けられます。

よって、継続的に成功事例を店内で共有し、高い接客力を維持していくためには、成功事例発案者と、成功事例をまねするスタッフを評価する「店の文化作り」が大事になってくるのです。

最近よく行われる手法が、SNS（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）で定着している「いいね！」ボタンのように成功事例にポイントを付けたり、事例カードに実践したスタッフの名前や「ありがとうコメント」などを書かせたりして、事例提供者への賛辞や感謝を「見える化」する取り組みです。

あるチェーンでは、成功事例名に事例発案者の名前を盛り込むことで、スタッフの士気を高めています。具体的には、「お子様と目線を合わせながらキャンディを手渡して『また来てね』と声をかける」成功事例を発案したスタッフが菅野さんだとしたら、事例の名称を「お子様用カンノ飴」として呼び合うのです。事例発案者を評価するのに、報奨金といった直接的なものである必要はありません。本人の尊厳をくすぐる仕組みであれば、進んで事例を提供する雰囲気生まれてきます。

成功事例をまねするスタッフを評価する文化作りは、単純で簡単です。まねして成果を出したスタッフをきちんと見てあげて、褒めることに尽

接客事例を評価し、継続するためのシート例

2013年夏季：接客事例コンテスト							
事例				評価点			
エントリーNO	事例タイトル	内容	発案者	イネ!	実践したスタッフ数	店長ポイント	総合点
1	お子様用カンノ飴	レジでのお子様へのキャンディ手渡し	カンノ	30	15	20	65
2	真夏の果実	スイカカットを、通称「真夏の果実」として30~40代客に紹介	シゲ	20	30	15	65
3							
4							
5							
6							
7							

CONFIDENTIAL Copyright © 2013 Franchise Advantage Inc. All Rights Reserved.

きます。まねであっても成果さえ残せれば、それは店の大きな価値であることを店長が明言することが何よりも重要です。

「個」客へのおもてなしを 事前に相談しておく

予約率やコース率が高いレストラン（一般に、客単価が5000円を超える業態）では、前号で説明した客層別／シーン別の成功事例ではなく、顧客一人ひとりに対しておもてなしを実践していきましょう。予約段階、あるいは、コースの初期段階で顧客のニーズを推測し、それに応じたおもてなしを提供するのです。

高級レストランでアラカルト料理を頼んでも人数に合わせた数量が盛られていたり、高級寿司店の大将が好みを覚えていてくれたりした体験を持つ方は少なくないでしょう。ここで意識していただきたいのは、こういう店のおもてなしは、単にスタッフの気づきやスキルで行われているわけではないという点です。

きちんとした店では仕組みを作り上げています。例えば人数別の取り分けができる店は、顧客別の専用コース伝票があり、そこに逐次卓の状況をホールスタッフが記入していくルールにしています。顧客情報管理をしっかりと行っている店舗では、顧客が来店する度に顧客の利用カード（カルテ）に注文料理や同行者（席の配置を含む）などを記入し、次回予約が入った際にマネジャーが内容を確認して朝礼時に要点を発表するルールがあります。

最新の事例では、スタッフがタブ

レット（多機能携帯端末）で顧客情報をいつでも取り出せるようにしておくなど、IT（情報技術）を駆使する店も増えています。

別業態にはなりますが、あるビジネスホテルチェーンでは朝礼時に、その日にチェックインする数百人の一覧を印刷します。そこには前回の利用日や利用店、利用回数、部屋タイプの好みなどが書かれており、スタッフのリーダークラスは声かけをするべきお客様を3人以上選ぶルールにしているのです。

また、フロントスタッフはお客様情報を覚えておき、チェックイン

時には名前を呼びかけながら「1年ぶりのご利用ですね、ありがとうございます。本日は空きがありましたので角のお部屋をご用意しておきました」などの声かけをする体制を整えています。

接客やおもてなしは、数値で「見える化」するのが難しい側面があるので、ルールや評価システムなどを整えていく作業が重要になります。

フランチャイズアドバンテージ （東京・港）

外食・小売・サービスなどのチェーン展開に関するコンサルティングを手掛けている。経済産業省「世界を魅了するサービスチェーン研究会」コアメンバーも務める