

読むだけで、元気になるレポート

パートナー 村松 達夫

皆さん、こんにちは。もう9月ですね。夏バテなどはしていませんか？では今月もご笑読頂ければ幸いです。

【今月の発見】

顧客満足度のアップは「味割り」で！

突然ですが、「味割り」というのをご存知でしょうか。これは『包丁人味平』という料理漫画に出てくるお話なので、実在するのかどうかは分かりません。しかしその漫画中の説明からカンタンに内容をお伝えすると、例えば屋台のラーメン屋さんが関東人と関西人を同時に接客しても、どちらの人にも「丁度いい濃さだ」と満足させる技なのです。その極意を一言で言うと、

「コミュニケーションの中で相手の潜在ニーズを見極めること」

です。

ではそのラーメン屋がどうやって濃さの好みを見極めているかを説明しましょう。答えは簡単です。「お客さん、どこから来たの？」などという、たわいもない会話をしながら、ラーメンを作っていくのです。その上で、そのお客さんがどの程度の濃さを好むかを見極めて、醤油の量を調整している、という訳です。

ではちょっと他の業界（ガソリンスタンド）にも応用してみましようか。

お客「ハイオクを満タンね。」

店員「はい、分かりました。ところでお客さん、これからどこかにお出かけなんですか？」

お客「ええ、ちょっと琵琶湖までお昼頃までに行こうと思って・・・」

店員「満タン入りました。ついでにタイヤの空気圧も見ときましたから。」

お客「えっ！・・・」

店員「ここから琵琶湖なら、高速でしょ。だから・・・」

お客「そのとおりです、細かい気配りをありがとう。またよろしく頼むね。」

このようにマニュアルで不十分な部分を会話の中で情報補完していくというのが、顧客満足度アップの秘訣ではないかと思うのです。是非、皆さんも「味割り」をお試し下さいね。