



連載

# 「ほめ育」の ススメ

(株)スパイラル・アップ代表  
原 邦雄

第3回

## お客さまの「解決」が常連客につながる

前回は、従業員の「何」をほめるのか？ その基準についてお話ししました。

基準を作るのに必須なのは、「お客さまの購買動機を知ること」です。今回は、購買動機を見つげるために、どこに焦点を合わせるのかについてお伝えします。

キーワードは「スタッフの行動」です。

「お客さまの悩み解決、あるいは希望をかなえること」です。常連客が一人でもいるなら、それはそのお客さまがあなたのお店や企業によって悩みを解決された、または希望をかなえてもらった何よりの証拠です。

そして、その行動を取っているのは現場のスタッフに他なりません。スタッフがお客さまの悩みを解決、または希望をかなえる行動を取っているから常連客になる（リピートする）わけです。

つまり、常連客はスタッフの行動や言葉によって生まれているのです。だからまずそこに意識を向けることが重要になってきます。

常連客が自店を選ぶ「決め手（理由）」に焦点を合わせ、そこにつながるスタッフの行動や言葉を見つけていくことが売上げアップの近道になります。

理由を探るための方法として自分たちで考えるのはやめましょう。むしろ「決め手」は常連客に直接聞くことです。あるいは、アンケートを取るなどのいろいろな手法を使って集めましょう。

お客さまは絶対に理由があったて来店しています。「何となく」では来ません。お客さまをばかにしてはいけません。スタッフの行動や言葉一つで、そのお客さまがリピートするか否かが決まります。お客さまにリピートしてもらえらる行動を、スタッフ全員が取れば、当然リピート率は上がり、必然的に売上げも上がります。

### 今いるスタッフ全員で 売上げを上げよう

実際に売上げアップにつながる「お客さまの喜びにつながるスタッフの行動や言葉を発見するためには、これまでの「改善する焦点」を変えなければいけません。もはや改善することで売上げが上がる時代ではないのです。

「スタッフはすでに素晴らしい行動を取っている」という焦点を変えて、スタッフを「見る」焦点にするためには、冒頭でも行ったスタッフの行動や言葉によって常連客が生まれていることに意識を変え、目的を明確にする必要があります。

「ほめ育マネジメント」の目的は、今いるスタッフ全員で売上げを上げることです。膨大な広告費や募集・採用費を掛けて優れた人材とお客さまを集め、組織の売上げを抜本的に改革するというものではありません。

人材育成ができていない状態での販促は逆ブランドディングになる可能性が高いですし、実際シフトが足りない状況での店舗運営や、採用してもすぐ辞める募集広告を出しても電話が一本も鳴らないということも多いのではないのでしょうか。

今いるスタッフで売上げを上げなければいけない、彼らと一緒にどう戦っていくか——焦点を変えざるを得ないのです。焦点を変えて対応できるリーダーにしか、繁盛店はつくることができない時代なのです。

### 「行動」を取った スタッフをほめよう

繁盛店にするためには、お客

さまがリピートする決め手になっている「行動」を集め、体系化した「行動」を全員でまねることで。

そして、「行動」を取ったスタッフはほめ、取らなかったスタッフはほめない——そういった明確な「ほめる基準」を作りましょう。

時代は常に動いています、現状維持とはその場にとどまることではなく、時代のスピードに合わせて小さな変化を続けていくことです。

繁盛店にするために、そして繁盛店であり続けるために、この選ばれている理由を3カ月に一度、常連さんに聞くことをお勧めしています。

今回は「スタッフの行動や言葉をモデリングする方法」についてお伝えします。



#### 【今月の結び】

「ほめる基準」作りの糸口は、常連客が自店を選ぶ理由となります。「常連客が自店を選ぶ理由」と「スタッフの行動」との因果関係を見つけましょう。売上げを上げることができるスタッフの「行動」が必ず存在します。

イラスト/池田須香子