

「ほめ育」のススメ

(株)スパイラルアップ代表
原 邦雄



人材育成と販売促進は“両輪”であれ！

第8回

売上げアップに効果を発揮「ほめチラシ」

「売上げが上がる＆採用募集費が下がる」利益が倍増！
こんな簡単な数式を実現してくれる「ほめ育」の効果も、より効果的に、多くのお客さまへ届ける方法が、今回お伝えする「ほめチラシ」です。

「ほめ育」を導入して売上げアップを実感している企業の多くが、もともと立地や味は良かったり、サービスのレベルが高かったり、つまり基本価値の部分で優れています。しかし基本価値が優れている全てのお店が売上げも良い、とは限りません。味もおいしい、商品も素晴らしい、スタッフの接客も良く、「一度来てもらえたら絶対にファンになつてもらえる！」というお店でも、売上げが伸びなくて悩んでおられます。それはなぜか？ お客さまが来ないからです。

今の日本はお店がたくさんあります。多過ぎじゃないか、と思うくらいあります。ですからお客さまはどこに行こうか迷うのです。どこに行ったら自分が満足できるのか、幸せになれるのかを知りたいがっているのです。

つまり人材育成だけでなく、販売促進も売上げアップには欠かせない要素なのです。さらに言えば、人材育成と販売促進は自転車の前輪・後輪のようなもの。両方がうまく回ってこそ、売上げアップに効果を発揮するのです。

販売促進を行うときにお勧めしているのが、チラシを使った販売促進

です。「これだけWebが発達している時代に？」と思われるかもしれませんが、私としては、私の「ほめチラシ」を使って、実際に売上げアップを実現している企業があります。これは千葉県にある「ごん助」の「ほめチラシ」です。居酒屋、焼き鳥屋を含めた3店舗を展開しています。この「ほめチラシ」のポイントを

ポイント① 目的に合わせた目玉商品を全面に押し出す
今回の配布期間は2013年の12月～14年の1月にかけて、つまり忘年会・新年会のシーズンでした。そこで宴会をする層をターゲットに、目玉商品としてコース料理（鍋、唐揚げ、串ものという定番メニュー）を選びました。



ポイント② スタッフに登場してもらい店の雰囲気伝える
「ごん助」は5年間採用募集費ゼロという驚異的な数字をたたき出しているお店です。秘訣は、仲間同士の絆。アルバイトが社員になる、先輩P/Aを連れてくる、というお店の採用としては理想的な環境がある



はら くに お 1973年生まれ、兵庫県出身。(株)スパイラルアップ、Spiral Up International代表。食品メーカーの営業マン、大手コンサルタント会社勤務の経験から「本当に現場を理解しているコンサルタント」になるためにラーメン店に転職。皿洗いから1年半で店長になる。この経験から人の力で売上げを伸ばせることを確信し、再びコンサルタントの世界へ。ほめて人を育てるノウハウ「ほめ経営」を提唱している。

2年半で62社
約2万人が受講

テレビ朝日報道ステーションに登場！

「ほめ育」実践セミナー

●業績のあがるほめ方とは？ ●「お世辞」と「ほめる」の違い
●モチベーションアップの「ほめシート」の書き方・活用法

「ほめ育」で業績が向上した事例も多数紹介！

関西経営管理協会

東京開催

2014年8月27日(水)

会場：銀座キャピタルホテル

詳細は
Webで！

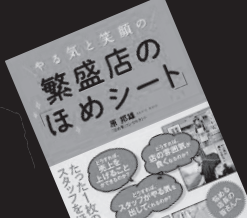
ほめ育

検索

原邦雄 著書「繁盛店のほめシート」

amazon ビジネス書 No.1

英語訳・中国語訳 決定！



株式会社スパイラルアップ

ります。そこで経営者や現場の店長・スタッフに登場してもらい、どんなお店なのかを表現しました。
ポイント③ お客さまが店を選ぶ「決め手」は？
お客さまは他のお客さまたちがそのお店をどう思っているかを知りたいのです。そこで実際にお客さまが「ごん助」を選んでいく決め手を生々の声で載せました。許可を頂いて、写真も掲載させてもらいました。
ポイント④ クーポン券で新規客に+αのメリットを
とはいっても初めて来店するお客さまには来店するメリットが必要で、居酒屋の定番メニューをクーポン券で特典にし、来店する最後の1押しを加えました。

店頭で直接渡すことで効果が上がる

「ほめチラシ」には配布方法にもポイントがあります。
新聞の折り込みやポスティングもありますが、私がお勧めしているのは店頭で直接渡す方法です。
手渡すときも単に渡すのではなく「今度、大還元祭やるんで来てください。僕も載ってるんですよ！」や、常連のお客さまには「宣伝してもらえませんか？」というセリフを一緒にするのです。
掲載させていただいたお客さまには「ほめチラシ」を束でお渡しして、お店の「営業マン」になってもらうのも効果的です。

以前の「ごん助」の販促チラシは、ビールの安売りや料理メニューが羅列された一般的なものでした。しかしそれでは他の居酒屋との違いがお客さまに伝わりません。しかも、郊外の立地で、都会の繁華街のように常に人通りがあるようなところでもありませんでした。
ですから忘年会・新年会シーズンにタイミングを定め、新規客を取りこぼさないようにお店の良さを前面に出した「ほめチラシ」で一気に販促を行ったのです。
結果、昨年対比120%という数字をたたき出すことができました。
「ごん助」では、その後も「ほめ育」を継続し、現在も売上げは好調。震えるほど仕事が楽しい会社を目指



【今月のポイント】

素晴らしい商品やサービス、接客も、お客さまがいて初めて伝わる。チラシも「ほめ育」を導入して、人材育成と販売促進を同時に行い、一気に売上げアップを実現する。

して頑張っておられます。現場スタッフだけでなく、常連客や地域も巻き込んで集客をする。これを人材育成と絡めることで、売上げアップにつながる事ができます。人材育成と販売促進は両輪です。皆さんもオリジナルの「ほめチラシ」で売上げアップを実現されてはいかがでしょうか。

イラスト/池田須香子