

看板娘

昔、煙草屋さんという店がありました。

そこの店番に、看板娘と呼ばれる女性の店員さんがいて、煙草を買いに

やって来るお客様の接客をしていたのです。

『看板娘』を辞書で調べると、

客をひきつけ、店に足を運ばせる理由にもなる、魅力のある娘を指す表現。

とあります。

つまり、煙草を買おうと思った場合に自分の店を思い出して、選択しても

らえる仕組み、ということですね。

美しいものは何回でも見たいもの、幸せを感じることは繰り返したい、と

いうのは人間の本能です。

そうであれば、店舗型営業における『来店動機』として、看板娘は必要

だということになります。

お聴きいたします。

『あなたのお店の看板娘を聞かせてください』

お客様が沢山ある店舗の中から、自店を選んでくださる動機となるものと

は、为什么呢？

もしそれが無いとしたら、どうなるでしょうか。

価値が無いのですから、安くなければならないということになります。

競合店どうし互いに価値がないとしたら、安さの勝負になります。

それゆえに、自店の看板娘が必要な理由です。

では具体的にその看板娘（来店動機）とはどのようなものでしょうか？

競合には無い魅力か、競合よりも強い魅力ということになります。

では競合には無い魅力をどのように作り上げればよいのでしょうか。

また、競合よりも強い魅力をどのように作ればよいのでしょうか。

ひとつには巨額の設備投資という方法があります。

もう一つはオペレーションレベルを上げるという方法があります。

いずれにしてもお客様に選んでもらうための、差別化、差別化、独自化が必要になるのです。

ただし、これは選択要因であり、リピート要因ではありません。

選択の後は、リピートしてもらうための仕組みが必要になります。

集客施策でお客様が増えるのではなく、増客施策でお客様がふえるのです。

つまり、お客様の沢山いる繁盛店にするには、

集客策と増客策がなければならない、ということになります。