

ウィークリーニュースレター2号 2026

<挨拶の導入方法とは>

先週はAI時代が更に加速する。そんな時代だからこそ会話が大切になる。そんな話を書きました。今週は挨拶のお話。とあるキッチンカーのオーナーさんの手法をご紹介します。

この方はフランチャイジーでコロツケを販売しています。全国のフランチャイジーの中で1番売れるお店です。一番手頃なビーフコロツケは1個230円。他にもキッチンカーは出店しているのですが何故かコロツケ屋さんだけが長蛇の列。その秘密を教えてくださいました。

挨拶の方法3つ。初級編は日常会話の挨拶です。「今日は寒いですね」「今日はドライブですか?」ごく普通の日常会話から「いらっしゃいませ」へ繋がります。

中級編は「目に見えるものを褒める」です。「そのジープカッコいいですね!」「素敵なバッグですね!どこで買ったのですか?」目で見えるものに対して会話のターゲットを絞る方法です。

上級編は「目に見えないものを褒める」です。「お年玉もらった?」「おせちは何食べた?」「道の駅で何買ったの?」と見えないものやことに語りかけます。するとお客様との距離が一気に縮みコロツケの大量買いに繋がるそうです。このオーナーさんはお客様の親戚になれるような接し方を意識しているそうです。親戚のおじさんがお店やっていたらお客様から声かけますよね?親戚を無視することはできませんよね?そんな関係を構築するために上級編の挨拶で日々の営業を過ごすそうです。この会話面倒ですか?楽しそうと感じましたか?どちらでしょうか?

<商売人のマインドセット>

1個のたい焼きを売ると売上が170円~220円くらいです。その利益とは?半分でしょうか?30%?コレだけのためにそんな挨拶なんて...そんな声が聞こえそうです。でもそのお客様が何回も来店されるようになったら?1個から5個になったら?親戚のおじさんから買うから10個になるかも?考え方を少し変えるだけで上級編の挨拶が面倒から楽しいへ。将来の売り上げにつながるとは思いませんか?

弊社にはスーパーに出店しているキッチンカーのお客様が沢山います。スーパーの買い物ついでに利用してくれるお客様をターゲットにするのが基本です。合言葉は「買い物前に注文してもらえれば帰りまでにご用意します」です。お客様も待つことなくストレスフリーで買えるのでスーパーと軽食の相性は抜群です。

しかし...目的買いのお客様を多く持つキッチンカーの人がいます。完全にこのキッチンカーのファンです。そのオーナーさんに話を聞くと口頭で「毎週〇曜日は出店しています」と伝えているだけ。SNSもカレンダー表記もない。口頭という手法だけで目的買いのファンを創造するお店は格好良いと感じました。個人店のファンを作るって大変ですが一度ファンになってもらえるとかなり強固な関係性になります。先日行ったお店で食べていたらご主人に「この人、23年間毎週水曜日の夜に食べに来てくれているの」と紹介してくれました。自分自身、お気に入りのお店はあっても毎週1回は食べに行かない。このお店には秘密がありました。このコアなファンづくりはまたの機会にお伝えしたいと思います。

<1月の当選番号確定!! 当選番号が5個です!>

2022年3月からスタートした納品書番号のおみくじです!今一度、ルールのご説明。納品書の番号が抽選対象の数字です。下の番号と一致した場合、納品書の金額から10%オフします。自動的にオフはしません。お客様から「当選しました!」とメールか電話、LINEでご連絡をいただくと確定です。申告の締切は翌月の1日が締め切りです。「3222」「3299」「3356」「3427」「3459」最後のチェックを忘れずに!!

