

《イーグルの宅配サービス》 自家焙煎コーヒー豆

焙煎したての新鮮なコーヒー豆をお届けします！



- 忙しくてコーヒーを買いに行けない方
- 脚が不自由でお出かけできない方

【注意事項】

※コーヒー豆は**500g以上**でご注文ください。

※配達料／**200円** (500g 以上一律)

※お届けまでの時間

高山市／午前中注文→午後お届け

(旧一市三郡)

午後注文→翌日の午前中にお届け

神岡／毎週金曜日にお届け

古川／火・金にお届け

友達登録でおトクな
クーポンをプレゼント！
イーグルコーヒーLINE
公式アカウント

友だち募集中



@622bpkro

LINEの「友だち追加」から、ID検索するか
QRコードをスキャンしてください

招来招福 その162

～一人の客を100倍にする方法～

お客を喜ばせることと商売を上手に両立させている酒店主を前回紹介したが、このエピソードを、少し別の角度から語ろう。

引き出物を依頼され、新郎・新婦の個性になぞらえたオリジナルラベルを張ったワイン・日本酒を用意した彼が重視したことは、単なる商品の売り込みではなく、この機会を活用して顧客リストを増やすことだった。このような視点は二つの点で重要だ。

ひとつは、多くの商人はこうした機会に商品売ることをばかりを考えがちだが当の商品を買ってくれるのはほかならぬ人間=お客なので、顧客リストを増やすことは、次の商売機会につながるということだ。特に今回の場合は引き出物の受け取り手への働きかけなので、単に商品売り込むわけにもいかない。この機会を次へ生かす最善の策だったといえよう。

もう一つ重要な点は、彼が既存のお客の人脈から新しいお客を獲得しようと考えていることだ。

私の知る別の店では、絵やクラフトなどの趣味を持っているお客に、自分の店で個展をやらなかと声をかけている。お客は大喜び。そこでさらに店主はお客にこう言う。「もしよかったら、あなたが友達に出す個展の招待状も作って送ってあげますよ。でも、百人までですよ」。そうするとお客は「え、招待状まで作って、送っていただけるんですか」とますます大喜びだ。そして招待者の住所録を持ってくる。

この店主もまた、既存客の人脈から新たな見込み客を集めようとしているのだ。そして実際に招待状を出すと、受け取った方の中の多くが個展に、つまりこの店に足を運ぶという。こうして一人のお客からたちまち百人近い見込み客が獲得できるのだ。

こうした活動が次の商売機会を生むことになる。大切な商売への視点である。

日経（招客招福より）