

伝え方についての事例

ケンタッキーがたった1年でV字回復できたワケ

2018年、ケンタッキーは過去最低水準の業績でした。売上は前年から、マイナス146億円も落ち込むほど、悪化していました。

しかし、たった1年で、営業利益はなんと5倍まで回復し、驚異のスピードでV字回復をしました。

この復活劇には、1人の女性の存在がありました。

敏腕マーケター中嶋祐子氏。

過去最低の業績だったケンタッキーの立て直しは、彼女に託されました。

たった1年で、一体何をしたのか？

ケンタッキーでは、年間の売上の10%がクリスマスの3日間に集中していました。

そして、実際のお客様にアンケートしてみると、「年に1～2回ケンタッキーを利用する」と回答した人は、全体の6割を占めました。

お店は365日開いているにもかかわらず、お客様は特定の時期にしかケンタッキーに来ていない事が明らかになりました。そして、お客様が集中する時期と、来ない時期の差が大きく、売上が安定しない状態が続いていました。

しかし、中嶋氏はこれをチャンスと捉えました。

「年に1～2回来てくれるお客様は、ある意味ケンタッキーのファンに違いない。だって、クリスマスのような特別な時の料理にケンタッキーを選んでくれるのだから。」

さらに、こんな風に考えました。

「**どうすれば、そのお客様が、年にあともう1回来てくれるだろう？**」

そして、ある部分を少し変えることで、今まで年に1～2回しか来なかったお客様が、頻繁にケンタッキー食べに来るようになりました。

その結果、業績はみるみるうちに回復し、たった1年で異例のスピードのV字回復を果たしたのです。

「**伝え方**」次第で、お客様の行動が変わる。

中嶋氏が変わしたのは、CMの最後に流れるたった1行のセリフでした。そして、その言葉によって、今まで特別な日にしかお店に来なかったお客様が、普段からケンタッキーへ足を運ぶようになりました。

ある言葉だとお客様が集まって、別の言葉だと全く反応がない、なんて事はよくある話です。全く同じ商品やサービスを売っているにも関わらず・・・

そして、ビジネスで成功している人のほとんどは、この「伝え方」を十分に理解しています。

今よりもっとお客様を集めるためには、しっかりと伝えることに力を入れてみてはいかがでしょうか。

さいごに、元々のケンタッキーのCMのセリフは「やっぱりケンタッキー」でした。

しかし、**年に1～2回しか来ないお客様は「やっぱり」とはならない。**と考えた中嶋氏。

そして、新しく変えたのが、このキャッチコピー。

おいしそうにチキンを頬張っている女優。

そして、最後に笑顔で一言

「**今日、ケンタッキーにしない？**」

MIYOSHIYA