

ナウなおこほん大解説！！

人が作って 人の匂いを感じる 人との関わりが
焼き上げ提供 オープンキッチン たくさんある



鉄板を中心とした “楽しい”を創造

「お好み焼屋って色々あるけれど、「おこほん」が目指す姿ってなんだろう。
答えは、「鉄板を中心とした“楽しい”を提供できる場所」です。そのために、色々な仕掛けや仕組みを考え、もつと世の中に「おこほん」を知ってもらい、体験してもらおうのが私たちの目標です。

おこほん新聞

2024年10月号

ポイントX

ヒトの手カラで

より良い店

食べ放題業態の基本価値は「時間制限がある中で、お腹いっぱい食べていただくこと」。

料理提供が遅い店ではそもそもお客様がニーズに応えることができません。どうやったら速く料理を届けることができるのか。その協力者が「おこまる」です。

最大限効果を発揮させるには、どんな使い方がいいだろう。近い卓に送る。遠い卓に送る。一品でも送る。まとめて送る。ルールさえ守れば、使い方は自由自在。

ただおこまるは、焼き方を教えてあげたり、困っている人を助けることはできません。

ファーストオーダーがきちんと届いているか？
何も届いていない卓はないか？
こまめに見て回ろう。

ヒトにしかできないおせつかいはみんなの手カラが必要なんです。



NPS急上昇！

つくば店の成功ストーリー

9月 40.0%



8月 36.1%



7月 32.2%

3か月連続でNPSを上げ、ついに事業部目標の40を突破したつくば店。どんなこだわりを持って上昇させたのか、山本店長に施策を聞きました！



新規顧客の満足度にこだわる

おこほんの新規顧客割合は25%ほどあります。ただし、物語ブランドの他業態に比べて新規顧客の満足度が低い傾向があります。

この問題に対して、立てた仮説は「業態の難易度が高いこと」。

焼き方、食べ方、調味料、それらに悩み、満足しづらい業態なのではないか。

そのため、初めてご利用頂いたお客様に、重点的にフォローする施策を始めました。

初めてご利用のお客様は専用のシートに「初心者マーク」のマグネットを貼って、スタッフ間で確認できるようにします。

その卓には特に説明をしっかりとしたり、焼くのを手伝う等お客様との接点を増やしたのです。

実際に、NPSコメントで「初めて来たけどわかりやすく説明してもらって良かった」と書いて頂くこともあり、手応えを感じています！

まさにヒトの手カラを最大限活かしたおせっかいの体現ですね！

全店舗の皆さん、いつも営業ありがとうございます！ 今日最高の日を。