

日本西餐厅 Casita 精细化服务感动顾客

在中国，说到极致的服务，大多数人首先想到的一定是海底捞。但是在日本有一家西餐厅，单从服务来说，简直完虐海底捞。

这家名叫 Casita 的餐厅位于东京都涩谷区，于 2001 年开业。从开业至今从来不主动打广告，单靠口口相传就能让客流天天爆满，甚至有时候还需要提前一个月预定。不少进店消费的顾客都表示“被 Casita 感动到哭”！

那么是怎样逆天“变态”的服务让它如此火爆呢？

顾客进店：预定过的客人到店时，服务员早已站在门口迎接。一进店，店员就亲切地叫出你的名字。或者，“XXX 好久不见，已经有 4 年零 11 个月没见到你了，很高兴与你再次相遇。”

顾客离店：当顾客离开的时候，还有服务员帮你穿上衣服。

意外的惊喜：一位女士预定晚上和闺蜜聚餐，打开餐巾时，她们惊讶的发现餐巾上绣着自己的名字。女生天性喜欢惊喜，自然感动不已，并表示一定会把这块餐巾带回家。但是你很难想象餐巾上面的字，都是由餐厅负责缝纫的员工完成。

一位女顾客离店时在自己口袋里发现了暖宝宝，上面还写上了感谢二字。原来是因为，当天夜间气温骤降，于是 Casita 的店员就准备了大量的暖宝宝，并且在上面写上感谢的话语，悄悄放到女顾客口袋里。

该餐厅的大堂经理说，为了让顾客感受到自己的特别，尽量会给每一桌客人提供不一样的惊喜。

帮助顾客求婚：求婚这么重要的事，有不少男士就选择在 Casita 进行！41 岁的木山在 Casita 全体成员的帮助下完成了浪漫感人的求婚，并最终抱得美人归。

店长亲自接待，并为木山出谋划策，早先得知木山的女友喜欢夜景和花瓣，所以店员事先安排了靠近窗户的座位，并在餐桌上精心地撒上了粉色花瓣。木山女朋友还喜欢狗狗，店员就参照她养的宠物狗做了一杯花式咖啡。

紧张无比的木山求婚成功，顿时楼下 13 名 Casita 的店员高举祝福牌，让木山都惊喜无比！最后，他们还安排专车送这对情侣离开，店员挥手告别，直到汽车开远。

这样的变态服务，背后有什么秘密？

其实这家餐厅细致入微的服务从客人打电话预定时

就开始了。每个预定其实都是一次小型采访！你要做好和接话员聊上几分钟的准备。

有间办公室专门用来接听顾客的预约电话。在和顾客沟通的过程中，服务员会了解顾客的详细信息，比如姓名、爱好、生日、喜好、为什么预定，甚至连顾客的宠物的信息都会了解。

有些时候甚至连客人一时半会都回答不出来，店员就会一边耐心等待，一边引导客人想出答案，就像朋友聊天一般。

Casita 的电脑系统里录入了大约 15 万名顾客的信息。这也就是为什么 Casita 能为顾客提供如此精准、细致的服务，因为他们比别的餐厅更了解顾客。除此之外，每天下午 2 点，经理还会召集所有人进行当天到店顾客信息共享，分工合作，力求让每一位顾客满意。

如此用心的服务，但是价格却又很亲民。作为一家高级西餐厅，Casita 消费一次约 15000 日元（约合 RMB990 元），在高收入、高消费的日本这个价位并不贵！2011 年 Casita 营收便达到 15 亿日元（约 RMB1.2 亿元），而且十多年来生意一年比一年好！

生意如此火爆，餐厅老板自然不用花一分钱广告费，反而引来各大媒体的报道，并把 Casita 誉为“让人流泪的奇迹餐厅”。

当然，也有很多人会质疑，餐厅的服务会不会太过热情了？Casita 的老板高桥这样回答：“我希望，顾客在想起 Casita 的时候，会觉得有重要的晚餐就一定要去 Casita。”

自从电商兴起以来，越来越多实体店面遭受冲击，大家纷纷感慨生意不好做。但是我们应该反省，是互联网冲击了实体店，还是实体店从来没有满足过顾客的需求。

高桥认为：“人与人之间的真情，就是实体店与线上最大的差异化。我喜欢做这种服务，相信顾客也会喜欢。只要实体店真正开始运用这些真情，无论销售方式如何改变，都不会被时代所淘汰。”

小结：抛开历史成见，其实日企的经营管理和企业文化的确有很多值得学习的地方，除了细致周到的个性化服务、精细化管理，还有他们的钻研和匠心精神等等。

摘自：餐饮致富经 2018.10.23