

「60秒キャンペーン効果」は、「お客様」にとって、どうなのか？

先日、60秒キャンペーンをやっているのので、興味があり、マクドナルドに行きました。

さすがに、スタッフの動きがキビキビしていて、人数も多く、やるなー！と感心して見てました。

そして、私の順番です。

わざと？意地悪にも、ハンバーガー・ポテト・飲み物をバラバラにオーダーしてみたんです。すると、「ラッキー」にも60秒では、出来上がりませんでした！

あれだけ、派手にキャンペーンをしているから、「ただかな？」と、少しだけ、期待したのですが……………

次回の「飲み物Sサイズ」無料券、だけ？……………え？……………どうして？

それも、事務的に、愛想も無く……………「券」を、渡された僕ちゃん。。。。。

何故か？……………私が悪いことをしたみたい？

なんか？……………おかしいな？

かえって、この優しい僕ちゃんが……………気分が悪い！！

すぐに、無料券を捨てちゃいましたよ！

そして、今日は「キャンペーン」をやっていない5時過ぎに、行きました。

店内には、少ししかお客さんはいないのに……………

注文のカウンターには、二列で、それぞれ5-6名ずつ……………

スタッフが、少ないし、やたら待たされた！

お客は皆、いらいらしている……………当然、僕も、待たされ、なかなか出来上がらない！

これは、どこか？おかしいぞ！！

この「60秒キャンペーンは、何のためだったのか？」

疑問がふつつつと……………

策を労し、策に溺れる！」

もし、こんなことで、顧客の信頼を無くすのであれば、やらないほうがいいのか？

それとも、お昼の注文を効率的にこなすだけの作戦なのか？

考えさせられた「マクドナルド60秒キャンペーン」でした。