

フェイスブックによる発信と出張教室の展開で来店者が増加

茶蔵 (福井県)

昨年5月にハーブティーや紅茶、日本茶などの専門店として開業した事業者。主力商品のハーブティーはオリジナルのブレンドで、「女子力UPティー」「疲れをとっティー」「更年期へつちやらティー」など名前も凝った特徴ある商品を取り扱う。

1. 相談のきっかけ

「あなただけのハーブティーを作いませんか？」をキャッチフレーズに、お客様の好みに合わせたオリジナルのハーブティーも作ることができて、顧客からは喜ばれている。

しかし、開店時の売上が3ヶ月経過すると当初の40%位まで落ち込んだので、敦賀信用金庫に相談したところ、当拠点を紹介され相談に至った。



2. 課題整理・分析

・26年5月にお茶の専門店としてオープンした時は、広告費もかけて宣伝した為に予定以上の来客があり、店舗は賑わった。しかし、売上高は目標金額を超えることは無かった。

・その要因を確認すると、1ヶ月後からリピート客が減少し、開店時にしっかりと接客できなかったこと、また情報発信を開店以後継続的に行わなかったことが原因と判断。

⇒よって、再度店舗の特徴を情報発信するとともに、強みであるオリジナルハーブティーを武器に当店舗のファンづくりを進めることが課題。

3. 解決策の提案

・フェイスブックの使用を提案。事業者はフェイスブックを活用しお客さんと「友達」になり、ハーブティー情報を流すことを提案。

⇒ハーブティーの良さを発信する。

・また店内・店外でハーブティー教室を開催し、ハーブティーをよく知り、もっと好きになって貰うことも提案。

⇒ハーブティーの愛好者になってもらう。

・オリジナルブレンドのハーブティーは、お客様の好みの香り・味わい・効果をお聞きして、該当ハーブを選択してブレンドしているが、1年後に150人のオリジナルブレンドカルテを作るという明確な目標づくりを提案。
⇒リピート客を増やす。

4. 成果

・フェイスブック活用の提案をしたら、奥さんの持ち前の明るさも功を奏し、「私 フェイスブックって言うのを始めたの。友達に成って」とお願いし、半年チョットで360人ほどのお客様と「友達」になった。そして奥さんの人となりを最初に知ってもらいつつ、お客様にはお気に入りのハーブティーをアップしてもらい関係を構築できた。

・毎月2～3回 店内でハーブティー・紅茶のセミナーだけでなく、アロマセラピー・パステルカラー診断・押し花教室・プリザードフラワー教室・美文字講座等を同時に開催し、女性に「茶蔵」の存在とハーブティーの良さをアピールした。

・外部のイベントにも積極的に参加し宣伝をすることで、売上も着実に上げてきている。

・オリジナルハーブティーを出張セミナーでサンプル的に作って見せて説明することで、セミナー後のお客様毎の個別オーダーハーブティーの注文が増加。現在では目標を超え、190人ほどのお客様になり、現在も増加中。また県内のカフェやおおい町役場からも特注の注文が入ってきている。

・3月にハーブや茶葉の仕入価格が平均1.5倍に高騰すると言う事態に見舞われ、多少の売上高のブレはあったが、支援し始めてからオープン時の売上高に近づきつつ有り、更にお客様に喜んで頂ける商品開発も進んでいる。今後さらなる販売増加が期待される。