

# 集客チラシの新聞折り込みで来店客数・売上が2倍に

有限会社ライフリフト(熊本県)

## 熊本で初めて「八角」を使用した担々麺の専門店

### 1. 相談のきっかけ

- ・平成26年12月に熊本では初の香辛料「八角」を使用した担々麺の専門店として創業。
- ・1日の客数が20~30人で推移し採算が取れない状況で約半年が過ぎた。
- ・取引金融機関の熊本信用金庫から当拠点の紹介を受け相談に来訪。

### 2. 課題整理・分析

- ・立地条件の悪さと告知不足で客足が伸びていない。
- ・近隣にある既存人気店との差別化をすることが必要。
- ・認知度をさらに上げるための効果的な告知広告手法が必要。

### 3. 解決策の提案

- (1) 来店促進・認知度アップのためにチラシのポステイング及び新聞の折り込み。さらに近隣の事業所に挨拶回りを兼ねた案内チラシの配布。
- (2) 店舗入り口ファサード(正面)のサイン(看板)の見直し
- (3) 顧客単価アップのためのメニューブックの見直し
- (4) リピーター対策のためのポイントカードの発行



## 4. 成果

- ・平成27年7月よりチラシの製作を開始、8月初旬には新聞折り込みをしたところ、1日の平均来店客数が50~60人に倍増。月間売上も70万~80万円から150万円~170万円にアップ。
- ・一番低価格の商品でも800円、他の商品では1,000円、また、ランチだと1,200円と、決して安くはない価格設定ではあるが、メニューブックをA4サイズ片面に文字だけだったものを写真付きで12ページに見直したことにより見やすくインパクトのあるメニューブックとなり、ランチセットの売上が大幅に増え、夜間の集客にも繋がった。
- ・店舗看板は文字だけで何の店か分からない状態であったため、主力商品の「八角麺」の写真を配置し、来店促進を促した。また、今まで無かったポイントカードでリピーター対策を行った。
- ・9,10月も順調に推移している。現在2店舗目を計画中であり、平成28年初旬にオープン予定であるためオープン準備のアドバイスを行っていく。



A4チラシ



メニューブック(一部)



店舗ファサード