

河昌通信

2013年3月

第27号

発行：(株)河昌

文責：藤井潤子

須磨区松風町

5-1-22

☎078-733-0791

暦の上では春ですが、まだまだ寒い毎日、いかがお過ごしでしょうか？
節分が済み、ちよつとゆつくりされていることかと思ひます。

当店も、年末から節分までのぼたぼたした忙しさがやつと一段落し、
この時期しかできないこと・・・片づけやホームページ更新、商品作り、
新商品を考えたり、新規開拓に向かってアクションしたり・・・
日々を過ごしています。

まだまだ寒いとはいえ、窓の外の日差しはやわらかで、木々の芽は
なんとなくふつくらとしてきて、うきうきしてきます。それと同じで
新しいことを考えていると、毎日楽しいです。

春は始まりの季節♪コートを脱ぎ捨て身軽になって、いろいろなことを
吸収したいなあと思っております。

2月の須磨ブラ
行ってきました。
梅の見頃は咲き始め
良いタイミングです。



三月のお休み

三、十、十七、二十、二十四、三十一

十六日(土) 勝手ながら臨時休業させて頂きます。

お電話は九時から十七時三十分まで

それ以外の時間は留守番電話とFAXがお受けします。

ご相談を受けたのを機に、ネットを含むお寿司屋さんの販売促進について、
自分なりに考え方を整理してみました。

一、二、は主にネットについて、三からはネット以外も含んでいます。
一、ネットはお店・料理メニューの告知に使う。

・ お客様の来店の動機づけ

・ 法事料理の受け付けには効果的？

・ 宴会を受ける(幹事様にメリットを)

二、タダ(無料)のツールを優先して利用する。

・ 食ブログ・ぐるなびに登録する(無料・有料あり)

・ フェイスブック・ブログ・ホームページで集客・告知する

・ YAHOO・楽天(有料)への出店

三、営業の目的は「選ばれること」

・ お客様にお店を選んでいただくための材料を提供する。

・ 店舗情報・メニュー・雰囲気など

・ 大将・女将の人柄をアピールする

四、お客様は何を見て選ぶか？

・ 街の情報誌

・ ネット

・ 折込チラシ・メニューチラシ(新聞折込・ポステイングなど)

・ いつも行くお店

・ グループのリーダー的な人の好み

五、お客様の声を集める

・ アンケート(往復はがき)

六、はじめてのお客様にリピーターになっていただくためには？

・ はがきを利用したこまめな営業(一通五〇円の営業)

・ **顧客の名簿づくり(すべての販促に通じる)**

