



リニューアル版 ラップニュース

VOL.231

2022.6.1

発行：ラップ東京株式会社

<https://www.raptokyo.co.jp/>

(無断転載厳禁)

©ラップ東京では、皆様のお役に立てるような様々な内容のコラムを発信しています。バックナンバーは www.raptokyo.co.jp から

「少しずつ」、「歩ずつ」

当社のお客様でもあるコーヒー豆屋さん、ネット通販でよく売れています。当初始めたころは、ぼつぼつと注文がくるくらいでした。すこしずつ、ジワジワとお客様が増えていきましたが、さほど注文が多い、というわけではありませんでした。

通販ですぐに結果を出すというのは少々、時間がかかりそうなので、一人でも地域のお客様に告知する目的で広告活動をはじめました。この地域に「コーヒー豆の専門店がある」と気づいてもらうような広告を配布、店頭での販売を強化していきました。ネット広告も行いましたが、これは、地元の方向けとして、スマホでの広告配信のみとし配信エリアも限定してコストを抑えました。地元商工会の活動や口コミで、少しずつ認知度も広がっていきました。

そこで、今度は、全国区である通販の売り上げをあげるために、どうやって知ってもらうかを色々と考えました。競合も多く、広告費も全国となると桁違いに費用がかかります。

熟慮した結果 1年ほど前から Youtube に動画広告を配信することにし、現在も継続して行っています。ターゲットは、日々、安くておいしいコーヒー豆を検索している、という人よりも、「街にコーヒー屋さんがあれば少々気になる、40歳代、既婚、時間があればドリッップコーヒーを飲んでいる」このような人を想定しました。設定キーワードによっては、激しい競争となり、

コストオーバーとなってしまうので、おいしいコーヒーに興味はある、といったくらいの人に、さりげなく表示されるように行っています。広告は、費用をどのくらいかけるかも重要ですが、ターゲットをどこに絞るかも重要だと思います。

どんな広告も、やってみないとわからない、気づけない、という面があります。限られた予算の中で、いろいろと試す必要があり、結果がでるまで失敗と成功を繰り返すということも考えておかなければいけないと思います。

このコーヒー豆屋さん、発送時に手書きのお礼状を同封しているそうです。来店してくれるお客様には、直接お礼が言えるけれど通販のお客様には伝えられないから、というのが始めたキッカケだとか。注文数が多くなり、書くのが大変になってきたそうです。時々、お客様側から注文時に、お礼のコメントなどをもらうことがあるといいます。お客様が人である限り、人としての気持ちは伝わるものです。小さなことですが、とても大きいことだと思います。

お店側の人から見れば、大勢の中の一人のお客様でも、お客様からしてみれば、会社や担当者はひとりです。お客様はたくさんの方の中から、自社を選んでいる、そんなことを改めて考えさせてくれました。

ご案内

簡単更新くん

それほど高機能ではなく、更新したいページを簡単に更新できる「簡単更新くん®」

簡単らいんちゃん

つながりたいをサポートする「簡単らいんちゃん」

【この件に関する問い合わせ】

ラップ東京株式会社

(担当：田島)

TEL: 042-349-3535

ラップニュース バックナンバーはホームページからご覧いただけます。

アンケートがありますのでよろしかったら、ご意見をお聞かせください。 <https://www.raptokyo.co.jp/>

