

A4ハガキに手書きメッセージを添え来店率10%達成のショットバー

「ワイン洋(うなばら)」は東京の湯島にて昭和48年に開店し、平成15年に満30周年を迎えた老舗のバーです。マスターの中野さんは、若い頃にアメリカでバーテンダーの修行をし、昭和52年には全国バーテンダー協会主催の第4回全国バーテンダー技能コンクールで、創作カクテル部門第1位に選ばれました。その時の作品は、近くにある湯島天神の境内に咲く白梅をイメージしたオリジナルカクテル「白梅」です。また、このお店では、上野・湯島方面ではこの店にしか置いてないオーシャンウイスキーも飲むことができます。

迫り来る危機にいろいろ対策を打ってみたが...

このように30年を超える歴史を持つ「ワイン洋」ですが、お客様の中心層がいわゆる団塊の世代であり、その世代が年齢を重ね、段々と酒を飲まなくなるにつれて来店頻度が少なくなってきました。また早期定年退職される方も出てきており、顔を見なくなるお客様も増えてきました。売上は年々減少してきており、このままではもうすぐ来る団塊世代の定年退職時には大きな売上減少が予想されます。

このため、中野さんもいろんな対策を打たなければならない事をひしひしと感じてきました。そして、日本最大級のグルメ情報インターネットサイト「ぐるなび」にも掲載しました。「ぐるなび」の効果により来店はありますが、ほとんどの場合は1度来ただけで終わってしまいます。これでは、特典を使われたり、その時だけ忙しくなって、ご来店のお客様への対応が悪くなったりで、芳しくない結果となってしまいました。

増販増客との出会い、そしてミニエステ販売会の成功事例を聞いての閃き


こんな時に誘われて行ったのが、企画塾(JMMO本部)の主催するPT研です。増販増客については、第1回のコンファレンスにも参加したり、増販増客事例集を読んだりして内容を知っていました。PT研に参加したのは何かヒントになるものがないかと思っていたからです。ちょうどその時に福井県の墨崎さんのミニエステ販売会の成功事例の発表があったのです。

A4ハガキについては、毎月サクセス増販情報センターよりニュースとして送られて来るので、記憶に残るという効果は感じていました。そのため、墨崎さんの成功事例の話聞いたときには「これだ!」と閃いたのです。



A4ハガキ DM 表(上)裏(下)

<仕様>
A4(両面カラー印刷)
裏面に個人的なメッセージを、手書きで一筆添えて、送付した。

店舗名	ワイン洋(うなばら)	
店長	中野文博	
所在地	東京都文京区湯島3-38-3 まつばビル2階	
TEL	03-3831-6677	
URL	http://wineunabara.hp.infoseek.co.jp/	
営業時間	月~土 18:30~00:00、日曜・祝日定休	
席数	25席	

■ 手書きメッセージを添えたA4ハガキの作成

早速、A4ハガキ作成の準備に取り掛かりました。ターゲットは新規顧客ではなく、今まで来られていたお客様でこの頃足の遠のいている方々です。今まで整理していなかった名刺を全部整理して、住所録を作成しました。また、A4ハガキの内容や表現については、中野さんやママさん、スタッフの事を思い出してもらえよう、各自がそれぞれの文面を作成しました。最終稿が出来上がると、スタッフがパソコンに入力しました。そして印刷されたA4ハガキに、中野さんをはじめとするママさん、スタッフがお客様を思い出しながら手書きでメッセージを記入していきました。こうしてお店のスタッフを含めた全員でA4ハガキを作ったのです。

■ なんと10%の来店率を達成！さらに電話で来店率を一段とUP

2004年11月に100枚近い枚数を配布したのですが、正直なところどれだけ反応があるか不安でした。ところが、なんと配布しただけで10名近い来店者が現れたのです。どのお客様も「あの大きなハガキをみたら久しく行ってないなと思い出して、それで来たよ。」と言ってくれました。

この反応に気を良くした中野さんは、来られていない方々に電話したところ、来店率が一段と向上しました。

■ 今後は年2回のハガキ発送を計画、さらに積極的に身内マーケティング

中野さんも、今までの出し放しだったDMとは、効果が段違いの「A4ハガキ + 電話」の成果を実感しました。今後は、年に2回はA4ハガキを発送する計画をしています。

また、中野さんは海外旅行やマラソン、スキューバダイビング等の趣味も多彩で、多くの友人知人がいます。彼らに対して、今まで積極的にワイン洋を知ってもらうことはしていませんでした。身内に対する告知の威力を目の当たりにした今、身内マーケティングに積極的に取り組んでいく予定です。

■ 効果の高い「A4ハガキ + 手書きメモ + 電話」作戦

今回の事例のように、足が遠のいていったお客様に対してもA4ハガキに心のこもったメッセージを記入して送ると、多くの人が再び訪れるようになります。また、来られない方には電話をするれば、来店率が上がります。この「A4ハガキ + 手書きメモ + 電話」作戦は、非常に効果のある方法だと実証できました。