

山寺通信 8月号

いよいよ夏本番です。暑い時は、炭酸系の飲料が欲しくなりますが、冷やしたお茶は水分補給には一番長く続く飲み物です。冷蔵庫で冷やして飲めば快適です。店頭での接客で客に納得してもらうのが一番でしょう。当社の「お茶櫓」を買っていただいたお客様の声ですが、置いておくだけで客から注目され質問されるそうです。又他のお客様は、担当を決めて一番おいしいお茶を接客しているそうで、お茶櫓で淹れた高級茶が良く売れているそうです。試着、試食、試飲が一番消費者を説得する方法です。茶店には基本的に、「何時もの茶」を買う目的の客がほとんどです。ウインドショッピングするような客の広がり求められません。商品の解説や試飲でアピール度を上げ、目立つように配置したアクティブな接客が夏の茶店を演出して客を増やすことができると思います。飲料店としての茶店を演出してください。本来デパートや雑貨店等は、季節前に製品を前倒して売り、メーカーはさらに前倒しします。最近の消費者は、暑くなったり、寒くなったりして季節を感じた時買う傾向があります。当社のガラス製品が7月になり良く売れるのでメーカーから質問を受けました。茶店と客との密着度の強さを説明しタイムリーな販売ができる。さらに購買される商品は、趣味性が強くレベルが少し高い物が良いと説明しました。消費者に正しい知識を与えて導くこのような啓蒙的な説明は、多様化して知識や習慣が継承されていない時代には不十分だと思われます。消費者目線で消費者の持っている知識に響くような説明が必要で、体験に基づいた話は応用力があり説得力のあるものになります。

お茶櫓は、左のハリオの部品を使っています。// 右のボトル組み合わせ販売で価格競争から距離を置く

コーヒードリッパー¥35,000 お茶櫓 28,900



ベージュボトルに従来の茶こしを付けて普通の茶葉や細かい茶葉使い分ける。構造一緒だから付け替え簡単!

茶粉の多いお茶は **ストレーナー装着**

B8-001 ¥3000

オリジナル性の高い組み合わせ製品



常滑の新しい波

常滑と古典と創作

			
<p>大佑 15-8-2 函館の窯 ¥25,000 260cc</p>	<p>勝明 15-8-3 日展作家 ¥17,500 230cc</p>	<p>一房 15-8-4 藻掛け ¥15,000 220cc</p>	<p>タツオ 15-8-5 砂含む粘土 ¥6,300 210cc 砂跡風合い</p>