

実績

徐々に秋めいてきました。今年は全国各地で雨が多く、夏らしさは実感できませんでした。ただこのような異常な気候でも、キャリテイーボトルは1年目にして、フィルターインボトルを越えて一万本以上売れました。現在も順調に売られています。それともう一つの特徴は、販売店件数の広がりがなかったのに本数が売れたことです。売り出したお店がフィルターインボトルの経験を生かして水出しのお茶を上手に売ったためだと思われます。ある農協の農協祭の売り出しで、3店の売上予想は300本でしたが、結果は900本以上売れ(定価販売)茶葉も良く売れました。カラフルな陳列と袋から出せばボトルの中の単純な構造が消費者を納得させたことです。お店の売る側の説明は、茶の量。使用上の注意点は、垂直に立てて蓋上下の蓋をしっかり締める。お湯で使う場合はネオプレンの袋が熱を遮断する、渋くならないように茶葉は少な目が良い。

製品の背景

袋に入った硝子の急須は、水を入れ持ち歩くと水筒になり、会社ではタンブラーになる。ペットボトルの愛用者に美味しい茶の味と経済性を認識してもらう。今回のボトルは、中国製と言うことで少し敬遠されたり、世界基準を満たしていた中国のメーカーが、日本への輸出実績がなかったので出荷に際しての緻密さがなく、日本人向けの製品管理の指導に1ヶ月を有し、さらに箱だけを余分に輸入して当社で全品検品して不清潔に見えるものは入れ替えました。さらにシリコンパッキンを1ランク上の品質の物に替えました。この製品の主要部分がパッキンで使用頻度によりますが、すり減り水漏れの原因になります。(低価格でスペア用意しました)

販売の背景と市場の現状

この製品が日本で売られている実店舗は、渋谷ヒカリエ、二子玉川ライズ店等に店舗を展開しているハーブティー屋(ノンカフェインの店)さんです。後は中国のネット販売で中国本土から送られて来るようです。カバーも汚れますので、交換用カバーも用意しました。



販促チラシ ポスター更新しています。

*お父さんも会社へ持って行く

*垂直に立てゆっくり締める

