

今年暑中より残暑が厳しくなり、これから1カ月暑い日が続くようです。この暑さでデコレートしたかき氷カフェが流行っています。氷の質により触感が変わる頭の痛くならない氷まで登場して品質を競っています。これに一杯の冷茶焙じ茶を出したらどうでしょうか。口の中がさっぱりしますし、氷の説明と共に食べた後の口直しのお茶として提供できます。少し涼しくなったら熱いお茶。これは「クロスセル」と言われて、アマゾンでよく見かけるこれを買った人はこれらの物も買っていると言う商法です。新たなニーズを探すと冷茶の宣伝にもなります。関西の料理屋では焙じ茶を、料理と料理の間に出して前の料理の味を消して次の料理の味を味わう「おぶう」と呼んでいます。大手や中堅の食品会社が炭酸や果物味でドリンクを出していますが、後味が残ります。お茶は、すっきりと後味を取り除きます。これもお茶の効能です。裏返せば無意識のうちに習慣化されているので特徴は意識されなくなっています。たとえば、抹茶ラテも抹茶オレと違った新しい呼び名として関心と呼んでいます。これは厳密に言うと少し違いますが、フランス語とイタリア語の抹茶とミルクの意味です。ある酒屋さんの話ですが「お酒は嗜好品。たしなみ方は趣味趣向やライフスタイルの数だけあります。だからこそ、私たちの仕事にマニュアルはありません。お客様と話をしながら好みやシチュエーションに合わせたお酒を提案する、コミュニケーション型の接客をずっと大切にしてきました。」 酒類は同じ嗜好品でも茶よりもレコメンデーション(顧客の好みを分析して、顧客ごとに適すると思われる情報を提供するサービスのこと。あらかじめ登録された顧客の趣向に関する情報や、購買履歴などがある。)がしっかりしています。

以前紹介した北海道のセイコーマートは、顧客満足度が4年連続日本一です。地域の客に密着した販売が消費者の支持をしっかりと受けています。大手にはまねのできない接客(外人では、必要な言葉だけしか教えられない)

コンビニエンスストア JCSI 日本版顧客満足度指数

顧客満足スコア上位		顧客満足スコア上位			
1位	セイコーマート	76.3	1位	ドトールコーヒー	75.8
2位	セブン-イレブン	69.7	2位	カフェ・ペローチェ	75.1
3位	ミニストップ	68.1	3位	スターバックス	73.6
4位	ローソン	67.6	4位	コメダ珈琲店	73.2



蠟燭検査 何件かのメーカーから
仕入れ検査して仕入れる



上宜興
急須工場

ベトナムの
お茶の製法
参考までに