

ホームページ作成で新規顧客を幅広く誘引。写真入りメニューで客単価向上も実現

2020年02月14日 | トラットリア・ダ・ソリーヴォ



美味しいお料理を出すレストランでも、その存在が知られなければ、多くのお客さんを呼び込むことはできません。千葉県東金市のイタリアンレストラン「トラットリア・ダ・ソリーヴォ」は、ホームページ開設と Google マイビジネスの活用で認知度を高め、地域を越えたお客さまを呼び込むことに成功しました。

藤波さん 「地域密着、地元の食材を使った“地産地消”の手作り料理を提供するレストランを目指し7年前に開業しました。日本では、『イタリア料理＝ピザやパスタ』という印象を抱かれている方が多いと思いますが、当店では豆を使った煮込み料理、手間をかけた肉料理など、現地イタリアで振る舞われている郷土料理に力を入れています。またイタリアの食材とイタリアのワインとのペアリングもぜひ楽しんでいただけたらと思っています」



【課題】ネットに将来性を感じつつも、コストがハードルに

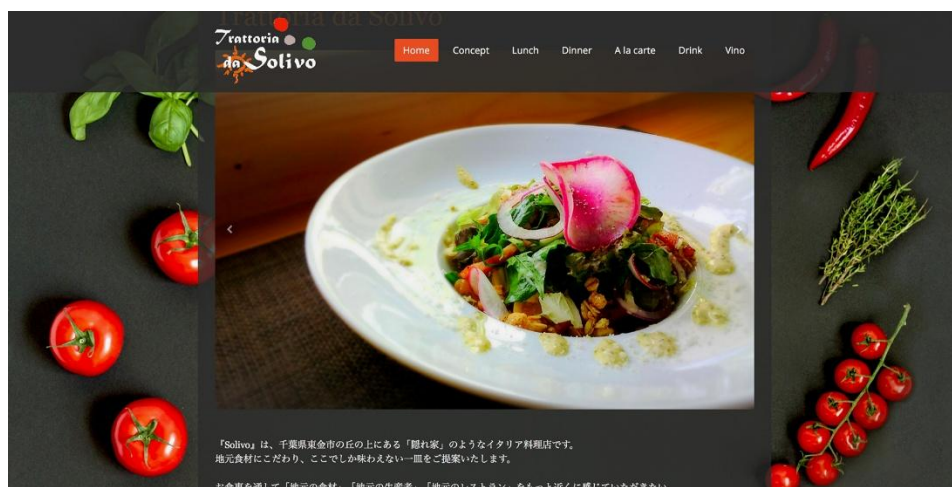
藤波さん 「スマートフォンが普及しはじめた頃、お店の宣伝にどう取り組むべきか、悩んでいました。ここ東金市は千葉県でも比較的田舎に属する地域で、年配の方も多く、各家庭に PC があるという環境ではありません。そのため新聞の折り込みチラシやフリーペーパーといった紙媒体とネットとを比べると、訴求力は紙媒体のほうが上ではないかという思いがありました。その一方でネットは SNS が広がりを見せている時期でもあり、将来性を感じていました。お店にも口コミサイトに登録しませんか、ホームページを作りませんかといった業者さんからの勧誘がひっきりなしでした。ただそうした業者さんに依頼した場合の初期費用とランニングコストは“まず試してみる”というには高すぎる印象でした」

【導入】Jimdo を使いホームページを開設、写真セミナーも受講



藤波さん 「そんな悩みを抱えていたとき、同業の先輩から『ホームページ作成サービスの Jimdo でホームページを作ってみては?』というお勧めをいただきました。実際にその先輩が作ったホームページを拝見し、『これなら自分でもできるかもしれない。いや、もっといいものを作れるかも』と思い立ち、すぐにやってみました。ただ苦労したのは、お料理の写真です。同じ Jimdo を使い、美味し

そうに思える写真を載せているホームページを参考に見よう見まねでやってみましたが、なかなかうまくいきません。そこでスケジュールをなんとか調整し、地元の商工会議所から案内のあった撮影セミナーを隣町で受講しました。その内容はまさに目からうろこで、レフ板や照明など大がかりな設備がなくても、スマホだけでも、アングルや撮影場所などを工夫するだけでこれだけ美味しそうに撮れることがわかりました」



【効果】新たな顧客層の誘引に成功。客単価も大幅アップ



藤波さん 「セミナーで教わったことをすぐに実行し、写真入りのホームページを仕上げて公開しました。またセミナーで教わった Google マイビジネスの活用や、メニューブックへの写真掲載も並行して行いました。そしてその効果は思っていた以上でした。多くの方が Google での検索を頼りにいらっしゃってくださり、またマイビジネスへの口コミも増え、それが遠隔地を含む新たなお客さまを引きつけるというサイクルになっています。また『ホームページを見ました』『Google で見てこれから向かうんですが』というお電話をいただくことも多くなり、お席のご予約も増えました。さらにメニューブックに写真を載せたことで、これまでの『ピザとパスタ、あとはサラダ』といったご注文の傾向が一変し、前菜やおつまみ、メインディッシュが出るようになりました。ランチの客単価はもちろん、ディナーはメインディッシュに付随してアルコールのご注文が増え、客単価で1500円～2000円増になっています。2019年、千葉県南部は台風の被害に見舞われた上、消費税増税というマイナス要素があったにもかかわらず、当店の年間売上は過去最大となりました。ホームページから Google マイビジネスという取り組みなしに、この成果はなかったでしょう」

【展望】苦手意識を捨て、できることから取り組めば、きっと効果が

藤波さん 「千葉市にも姉妹店を出していて、そちらのホームページを現在制作中です。ホームページ開設後、様子を見つづになります。季節の食材を使った合同のフェアや、千葉市のお店にいるパティシエとともに2店舗合同のビュッフェなどを企画し、ホームページで発信していきたいです。レストラン業界で、とくにオーナーシェフは、PCに苦手意識を持っている方が多いと思います。でも



いまは Jimdo のように誰でも低価格でホームページを作れるサービスもありますし、スマホのおかげで写真も手軽にかつきれいに撮れるようになっています。またホームページの開設は集客や売上げ増だけではなく、働きたいという方からコンタクトがあったり、これまでお取引のなかった地元の農家さんなどから食材の売り込みがあるなど、想像以上の効果をもたらしてくれました。苦手だからやらないというのではなく、まずはできる範囲でやってみてはいかがでしょうか。それが自分で取り組んでみた実感です」

店名：トラットリア・ダ・ソリーヴォ

HP：<https://solivo.jimdofree.com/>

代表：藤波 亮治

主な事業：イタリア料理店

所在地：千葉県東金市日吉台 4-3-2

従業員数：5 名

創業：2014 年 3 月



ここからアプリの事例ページはこちら

(支援者の紹介)



稲垣さん 「支援者として大事に考えているのは、“お客さま目線”です。事業者のみなさんも、生活する上では消費者目線をお持ちになっていますが、いざ事業者の立場になると、そうした目線を忘れがちです。そのためセミナーでは、いつも『自分がお客さまだったらということをつねに思い出してください』とお伝えしています。そうした考えのもと、これまで多く

の事業者さまを支援してきましたが、藤波さんの積極性には驚かされました。セミナーでお伝えしたとおりにお料理の写真を撮影、ホームページに載せて公開するという実行力が、お店の繁盛につながったのだと思います。現在のお客さまは、お店のホームページだけでなく、SNS や Google など、いろいろな角度で情報をご覧になっています。そのためお店のホームページにはたくさんの情報を入れるより、見やすさを重視したほうがいいと思います。またメニューブックについては、写真とともに、地産地消の食材や生産者の説明、お店のこだわりを盛り込むこともアドバイスしました。メニューにそうした情報を掲載することで、お客さまにとってわかりやすくなりますし、接客でご説明に時間をとられることなく、お店のオペレーションがスムーズになるからです。日本では、ご自身のことを発信すること、思いを表現することにためらいを感じる方が多いと思います。たとえばオーナーシェフであれば、食材の仕入れにどういう努力をしているのか、調理をどう工夫しているのかといった内容です。しかしそれこそがお客さまが知りたいことでもあるのです。お客さまとのコミュニケーションを大切にする上でも、そうした情報の発信に積極的になってほしいと思います」

