

積極的な情報発信の場を整え、販売促進を加速

宿泊施設E

同施設は、女将と料理人であるご子息で運営する小規模な施設でありながら、地域との連携やイベント実施など様々な取り組みを行っていますが、集客には課題がありました。そのため、情報発信の場を整えることを主軸に取り組みました。

☺ 課題は稼働率向上のための販売対策

施設内に茶室があり茶事体験ができるなど、「強みをもっているにも関わらずそれを伝える術がない」ため、集客はOTA頼みで、稼働も十分とは言えない状況でした。

☺ 発信力を活かすべくHPをリニューアル

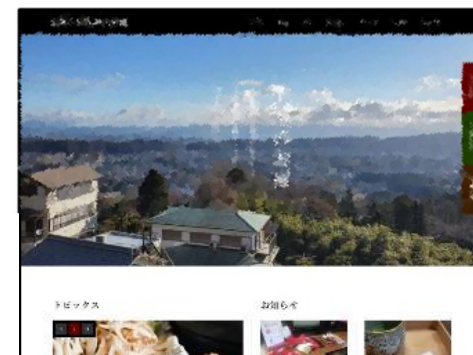
発信すべき情報も発信力もあるため、それを最大限に活かす方法を検討しました。まず、Instagramとfacebookの自動連携により、一つの投稿で発信先を拡大しました。ホームページについては、CMS（Web更新システム）を導入し、ブログコーナーや特別体験を紹介するページを設け、女将がスマートフォンから簡単に投稿・編集できるようにしました。

☺ 付加価値向上のために「お品書き」を見直し

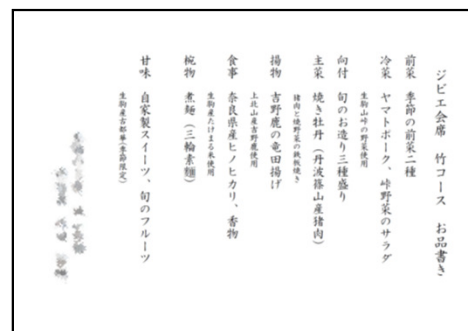
一部客室の改装などが行われてはいるものの、ハードの整備には限界があり、単価アップのための「付加価値向上」や、その他売上の向上も必須の課題でした。まずは、強みである「料理」の価値を伝えるため、献立名のみであったお品書きに、料理の説明書きを加えました。繁忙日には単発のアルバイトが入る場合がありますが、そのような時でも「価値ある情報がお客様に届く」状態を目指しました。



旧HPは、スマートフォン対応しておらず、情報更新も止まったまま。



新HPは、茶事体験の詳細やイベント情報などを「お知らせ」や「ブログ」で適宜更新。



説明書きを加えたお品書き



英語表記を加えたご案内書面