

Kusunoki Coffee Marketing Strategy

「秋薫る、焙煎ブレンド」 マーケティング戦略

05



自家製焙煎の香りと

とくつろぎの空間を提供します。

「甘い一杯」から 「本格コーヒー」へ

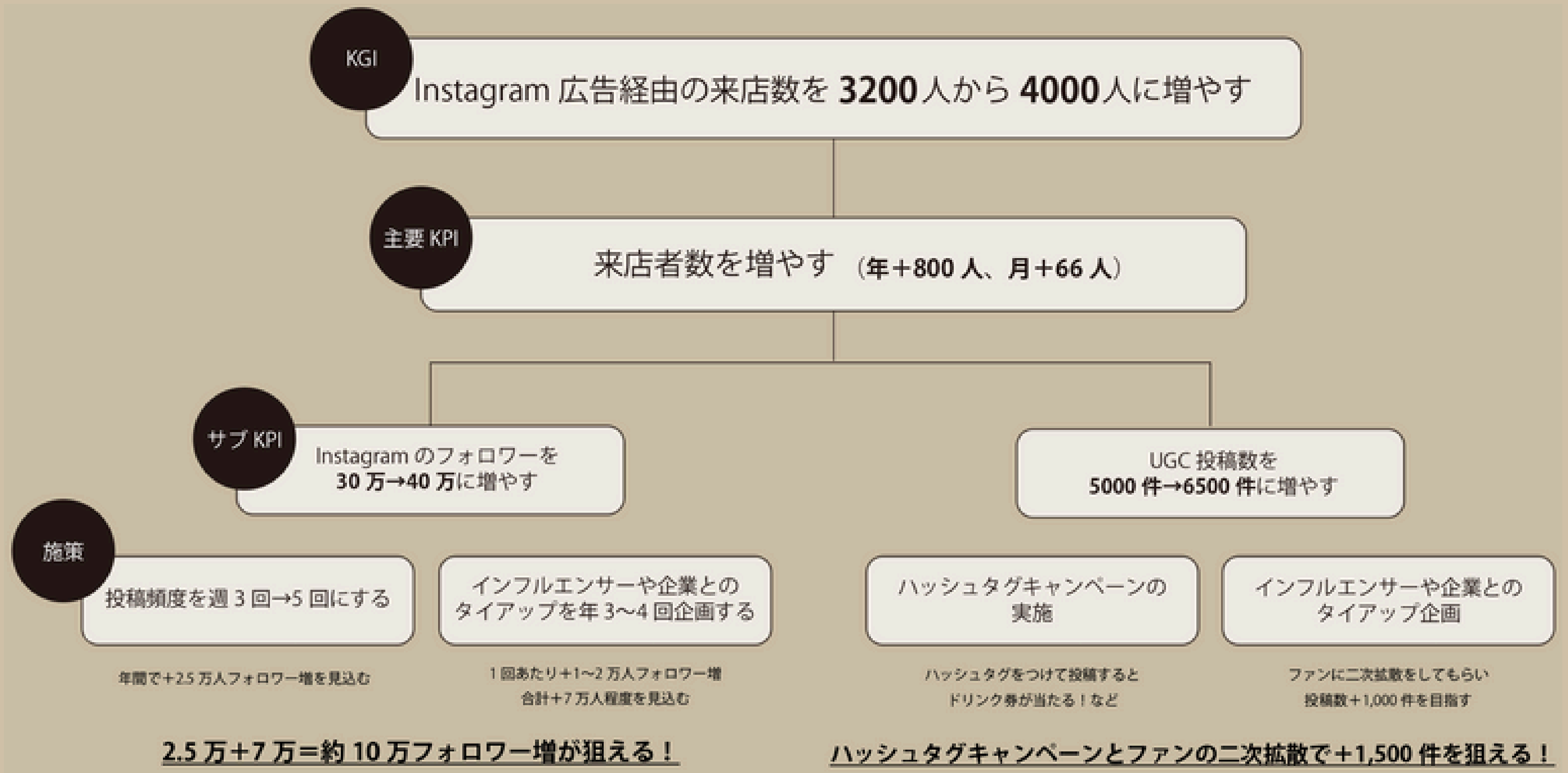
若年層ではコーヒー離れが進んでおり、いきなり本格派を好んでもらうのは難しい。

そこで、まずはラテやフラペチーノなどの「甘い一杯」を入り口に、徐々にコーヒーの魅力を体験してもらう。

また、SNS映えするフォトジェニックな商品を展開し、若年層からの認知拡大や来店を促進する。







- ・アカウント情報は分かりやすくする
- ・ハイライトにストーリーを残していつでも見られるようにする
- ・投稿に統一感を出しどんなコンセプトの店なのかを知ってもらう

- ・新商品の発売日などにはストーリーを投稿
- ・見ただけでどんな味なのか分かるよう意識
- ・リアクション機能などを用いて顧客の反応を見たりする

- ・若年層にリーチしそうなハッシュタグをつける
- ・顧客に問いかけをしてコメントを書いてもらうことで、エンゲージメントの向上に繋げる
- ・ハッシュタグをつけて投稿すると〇〇が当たる！などのキャンペーンを実施



Kusunoki Coffee Marketing Strategy

ご清聴ありがとうございました。

05

