

夏は暇！売上を他に作る方法

～ニュースレター番外編～ 第12回～

<飲食品の夏は閑散期>

先月から夏向けの商品を紹介しました。トマトあんやマンゴークリーム、レモンフロマージュの実績もできてきました！皆さん積極的に夏に向けての準備に取り組んでくれました！電話の問い合わせもあり新しい施策に取り組めると思います。ただ、いくら珍しい試みをしてもおそらく冬の売上には及ばないと思います(笑)。なぜなら、人は夏の暑さで食が細くなります。食べる量が減るので鯛焼きやたこ焼きに限らず飲食店はどこも客足が遠のくものです。まずは自分のお店だけが暇になるという考えは払しょくしましょう！

では空いた時間を有効活用して新しい売り上げを作ることを考えませんか？夏用商品は引き続き続ける。そして新しいことをスタートさせてお客様との繋がりを強くして冬に臨みましょう！

<コロナ禍で飲食店が取り組んだこと>

コロナ禍でレストランや居酒屋さんは想定外の売上減になりました。そう。あの夏の鯛焼きやたこ焼きの以上に売れなくなってしまいました。お店によっては90%以上減。通説で言われるたい焼き屋さんの夏の売上は冬と比較して50%減。この90%は異常な数字です。そんな彼らが取り組んだことが3つあります。

- 1 テイクアウト・・・たい焼き店やたこ焼き店では当たり前のテイクアウトに取り組みます
- 2 配達 (UberEats)・・・お客さんが買いに来てくれないなら配達を代行してもらう
- 3 ネット販売・・・自分の商品を冷凍食品にしてネットで販売

上記3つはどの飲食店も積極的に取り組んでいました。特にテイクアウトはランチタイムになると店頭でテーブルを並べてお弁当を販売する光景が良く見られました。ここに夏の過ごし方のヒントがあるような気がしています。

<じゃ、1~3ならどれを選択するのか？>

1は皆さんの専売特許ですよ(笑)。逆の言い方をするとコロナ禍でも営業を止めずにできた販売スタイルです。次の2ですがこれは配達料金が高くてたい焼きが1個180円~200円の価格設定になると思います。ただ、たこ焼きのUberEatsの実績は私の耳に入っています。実績は良好だそうです！当然売価は店頭販売あ価格よりも高く設定しています。それでも注文がしっかりと来るそうです。単価が高い商品なら勝負できそうです。次の3はどうでしょう？スーパーに冷凍食品の鯛焼きやたこ焼きがありますよね・・・。ネットで売れるかは少し疑問です。ネット販売には向き不向きがあるような気がします。

<という事で今月は夏の過ごし方。夏ならではの売上の作り方のお話です。>

という事で1でも2でも3でもない売上の作り方を今月は話していきます。何度かマンスリーのニュースレターで触れた「事消費(体験型)」の売上を紹介します。来週は具体的な話をしたいと思います。

引き続きトマトあんのサンプルを使いたい人を募集します！無料なのでお気軽にお問い合わせください。

豊吉オリジナル季節館企画	規格	商品について	サンプル
トマトあん	1kg	夏の新しいあんこが誕生します！	是非欲しい！ ・ いらない。