

飲食店経営

2014
MAY

5

価値観 でつながる繁盛空間
「カフェ」の時代

時代を築く コミュニティ経営
若手経営者
名古屋/東京・立川 たち

QSC を充実させる
IT活用術
衛生管理の基礎

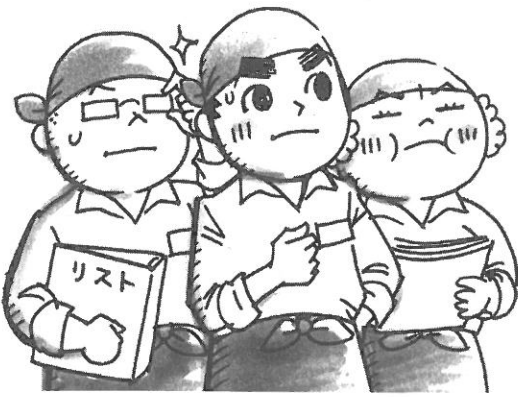
自店の“強さ”を見つけ出し 磨き上げる仕組み

オンリー
ワン!



串カツ田中 渋谷店

特集
自店の“強さ”を見つけ出し磨き上げる仕組み
「カフェ」の時代
繁盛空間



イラスト/池田須香子

四半期に分けて行う 販促プラン

第2回 6、7、8月の
販促プラン

“人員確保”に努めよう!

ウィルウェイグループ代表取締役 金村秀一

6、7、8月の販促活動で欠

かせないことは、人員の確保です。販促活動とはシステムではありません。人海戦術です。

「年末年始まであと6カ月」という発想をしましょう。年末年始に大きな成果を挙げるため6、7、8月の販促活動にしっかりと取り組みましょう。

年末年始の販促のテスト期間として最適で、スタッフ教育も含めて十分な期間が見込めます。事前練習のときでもあります。

販促を実施したら 改善会議に時間をかける

販促活動とはうまくいかないものだと思うって下さい。何の経験もなく始めて、うまくいく可能性は少ないのです。

「準備も大変だし、その上うまくいかない。だからやめよう」——そう考えて何もしない店も多いのです。でも、やらなければ駄目です。販促活動は経験の蓄積です。初めてのころはうまくいなくても、繰り返し行うことで市場の動向とコツが分かり精度が上がっていきます。

さらに精度を上げるためには、販促活動が終わったときに来年の販促活動を考えることです。

ある時期に店舗全スタッフで販促活動を行ったとします。そ

してそれが終わったらずに会議を行い、今回の企画の振り返りと改善を行います。会議で上がった振り返りの内容を改善することで、来年はより一層成果の挙がる販促活動の備えができるのです。大切なことは、販促活動を行う前に時間を取るのではなく、販促活動が終わった後に時間を取ることです。

これを行わない店では、いつも「去年のイベントはどうしたわけ？」という話をするようになります。記憶をたどるとという非建設的で不確かな改善を行うことになります。これでは、いつもうまくいかない販促活動の堂々巡りです。ですから、販促活動が終了したらすぐに改善会議をしましょう。行った改善会議の内容を細かくメモして、来年の実施まで保管しておきましょう。この作業をコツコツと継続することで店の販促活動は見ると見るうちに改善していきます。

夏休みとサッカーW杯の 対策を充実させる

お客さまの行動パターンに合わせた販促活動を行うことによって、自然にお客さまも来店になります。

この時期のお客さまは、子供たちが夏休みに入るためにお金

の使い道が変わります。

ビジネス街であれば夏休みなどでの遊びにお金がシフトするため、飲食の金額や回数が減る傾向が見られます。レジャーへの出費が考慮された外食にシフトするという事です。このことを念頭に置いて、お子さまを想定した商品やサービスを準備しておく必要があります。

さらにサッカーW杯が6月13日〜7月14日の約1カ月間ブラジルで開催されます。ブラジルとは時差が12時間あるため、リアルタイムで店内で盛り上がることは想定できにくいですが、お客さまの生活のリズムは普段通りのものとは変わるでしょう。寝不足の人が増えるのは予想ができます。この時期は四六時中再放送も加えてサッカーの試合が放送されるでしょうから、店内で放映するモニターを充実させておく必要があるでしょう。

またW杯を踏まえた営業や販促が必要になります。

2カ月間販促し 1カ月間休む

小さな飲食店にありがちなのはスタッフ全員に理解が浸透できていない販促をしていること。ちよこちよここと試み、的を射ていない場合があります。販促が

徹底できないのならばやらない方がいいでしょう。店の営業活動にも影響を及ぼし、全てが中途半端になるからです。

そこで私がお勧めしているのが「1+2販促」です。販促の期間を2カ月に限定し、残りの1カ月は販促準備と実施した販促の改善会議を行います。この「1+2販促」での3カ月のリズムが出来上がると、販促の準備、実施共にとてもやりやすくなります。

お客さまが来店されるのはどれくらいかのペースですか。月に1回ですか、2回ですか。店は毎日営業しているので同じ販促を2カ月間行っていると、マンネリを感じるかもしれません。しかし、2カ月間行っている販促をお客さまが目にするのは1、2回、多い場合でも4回程度です。この「1+2販促」で年間のリズムをつくりましょう。

■6、7、8月の販促プラン

- 夏の販促を制するものは年末年始の販促を制する
- そのために人員を整えておく
- この時期には夏休みがある
- 6月からサッカーワールドカップが始まる
- 「1+2販促」で販促の精度を上げる

かねむら ひでかず 1973年東京都生まれ。大学卒業後、大手パチンコ会社に入社、26歳で独立。企業のウェブ制作や顧客管理、マーケティングに携わる。29歳から飲食業界、33歳で人材派遣業に参入。東京・上野で焼き鳥店「日鶏メ（ひとりじめ）」を経営。過去の経験から得たノウハウを「従業員30人以下の小さな会社」の経営者に伝える「100年塾」を主宰する。