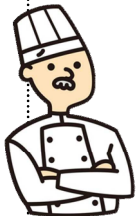




新規客獲得

ランチを有効的に活用し
ディナータイムの需要を増やす

ランチの営業を実施しているお店にとっては、気軽なランチで新規客を獲得し、ディナータイムの利用につなげていくという流れが理想的です。



しかし、実際は...

- ・ランチのお客はディナータイムには来てくれない
- ・ランチは入るがディナータイムはお客の入りが悪い
- ・ランチを始めたらディナータイムのお客が減ってしまった 等

ランチの営業はまずまずではあるけれどディナータイムは苦戦していたり、ランチを始めたためにディナータイムのお客が減ってしまうといった最悪の事態を招いてしまったというお店は少なくありません。もちろん、平日の夜に外食する人が少ない、夜は人通りがなくなる等の立地特性的な要因もありますが、ちょっとした取組みによって改善される可能性も多く考えられます。

今回は、ランチで新規客を獲得し、ディナータイムの売り上げにつなげていくための取組みについてお伝えいたします。

なぜ、ランチのお客がディナータイムに来店しないのか？～原因を知りましょう～

例) ランチ客をディナータイムにつなげられないお店によくあるケース

料理の内容はほとんど変わらず値段が違うだけ
(ランチはお得な価格)

同じ料理であればランチの方がお得なのでディナータイムに来る必要がない(損)

ランチタイムにディナーのメニュー表が置いていない
(ディナーの案内をしていない)

ディナーメニューの魅力が通じていない
興味が湧かないので来ない



どうすればランチ客をディナータイムにつなげられるのか？～対策を練りましょう～

ランチの料理構成の見直しをしましょう

例) ランチとディナータイムの売り物(コンセプト)を別にする

ランチメニューを食べて、さらにディナーメニューを食べたくなった

・焼肉店

× 焼肉ランチ

韓国料理ランチ

肉の旨みを感じられるチゲ等

「このお肉で焼肉を食べたい...」



・寿司店

× 握り寿司ランチ

ちらし寿司ランチ

鮮度抜群の切り身

「このネタで握り寿司を食べたい...」

・ステーキ店

× ステーキランチ

ハンバーグランチ

肉質の良さが感じられる粗挽き

「このお肉をステーキで食べたい...」



どうすればランチ客をディナータイムにつなげられるのか？～対策を練りましょう～

ディナーのメニュー表を強化し、ランチ客にアピールしましょう

ディナーの料理写真やコメントを掲載したメニュー表やポップ、チラシ等を活用し、「美味しそう・楽しそう・食べてみたい」といった欲求を促進しましょう。

〔居酒屋 メニュー例〕



〔中華料理店 メニュー例〕



〔ピストロ メニュー例〕



どうすればランチ客をディナータイムにつなげられるのか？～対策を練りましょう～

ランチの新規客を獲得しましょう

お客様にとっても、ランチは初めてのお店に入りやすいものです。ランチをきっかけにディナータイムに来ていただくため、ランチの新規客開拓を積極的に行いましょう。

ランチの案内は、店頭案内やチラシ配布が効果的です。

ランチ全体のボリューム感や内容を明確に伝えるために料理写真が重要です。

〔フレンチ チラシ例〕



〔イタリアン チラシ例〕



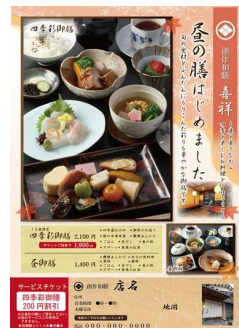
ピストロ 店頭A看板例)



〔そば処 チラシ例〕



〔和食・懐石 チラシ例〕



和食・懐石 店頭A看板例)



お客様繁盛サポート！

当事務所のお客様には無料で販促物等の作成(企画・デザイン)のお手伝いを致します！
作成には時間がかかりますので、お早めにご相談下さい。 印刷費用等実費はご負担ください

一般社団法人 日本フードアドバイザー協会
飲食店サポートクラブ 群馬支部



真下会計事務所

〒373-0852 住所 群馬県太田市新井町 514-14

TEL : 0276-45-1411

FAX : 0276-45-2020

E-mail: genki@mashimokaikei.com

http://www.mashimokaikei.com/