

外食トレンド通信

 Vol.
5

今だからこそ考える販促対策について

ようやく全国でまん延防止等重点措置が解除され、経済活動が再開されつつあります。本来の街の様子が徐々に戻りつつあるにつれ、「いかにお客様に選んで頂けるか」を左右する「販促」が非常に重要になってくるかと思えます。販促の重要な考え方と対策例についてご紹介させていただきます。ご営業の一助となりましたら幸いです。

弊社の考える飲食店における販促とは〈広義〉

ブランディング

お店のファンを増やし
維持するイメージ作り

マーケティング

売れる仕組みを
作る活動

プロモーション

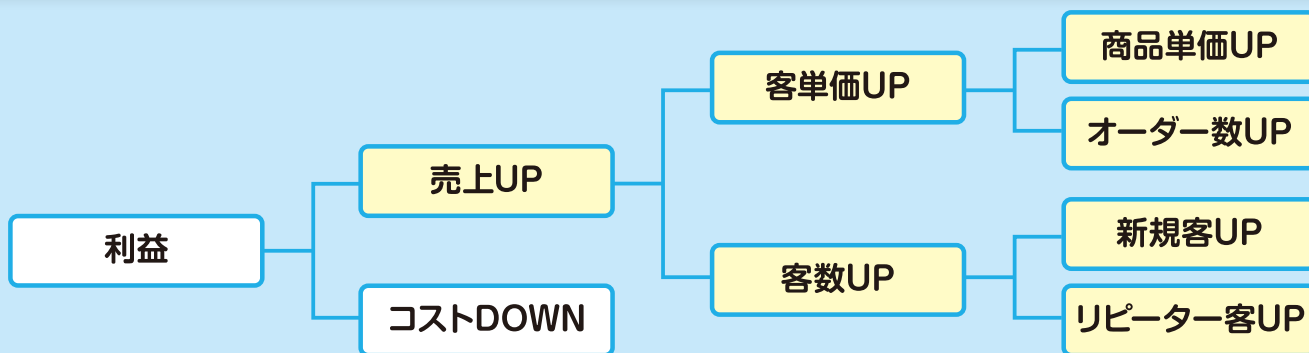
売上を上げるための
直接的な仕掛け

広義の意味で「売上を伸ばすための取り組み全般」と解釈

弊社の考える販促の重要な観点〈広義〉

①何のために

目的により最適な販促手段は異なってくるかと存じます



②誰に

お店のターゲットは
誰か

③何を

発信すべきお店の
提供価値、情報は何か

④どのように

どのような手段で
発信すべきか

まずはこの4つの観点を整理して考えることが重要かと存じます

オンライン

Googleビジネスモデルプロフィール対策

(旧Googleマイビジネス)

Googleマップやグーグル検索結果上に、実店舗のビジネス情報を表示させ、管理・運用ができるツール。



正確な情報の掲載、魅力的な情報の発信をしていくことで、表示・閲覧機会の増加及び、集客の増加が図れます。

何のために

- 客数UP ● 新規客UPのために

〈活用法ポイント〉

- ★正しく情報を充実させましょう。頻繁にGoogleビジネスプロフィールは進化します。こまめなチェックをしましょう。
- ★投稿の頻度がSEO順位を上げる上で非常に重要になります。最低週1回は投稿をしましょう。
- ★投稿にはハッシュタグをつけて、お客様の検索ワードに引っかかるような内容を投稿しましょう。
- ★メニューの登録を行い、お客様に何がいくらで食べれるかを訴求しましょう。
- ★クチコミはこまめに返信しましょう。過去のコメントもさかのぼり、すべてのコメントに返信しましょう。
- ★お客様が魅力的に感じる写真投稿を定期的に行いましょう。

継続的に更新することが上位表示のポイントです



キーワード検索の柱に成長。来店動機獲得への最重要ツールへ

画像&動画がメインのため、飲食との相性も良く、集客と固定客化両方に寄与できるSNS。継続的な運用で顧客とのエンゲージメントを高め、リーチ数を伸ばすことで潜在顧客への認知拡大も可能。

Googleビジネスプロフィールへとインスタは現代のWEB販促ではマストツールになってきています。発信する目的・内容は、「何のために」×「誰に」×「何を」で考えた上でGBP・インスタで継続的な取り組みをしていくことがポイントです。

オフライン

ボトルキーブキャンペーン



1グループに1本、本格焼酎やウイスキーのボトルを最初に提供。もしくは原価売りなどお得価格で提供。集客と次回来店に繋げる。

何のために

- 客数UP
- 新規客及びリピーターUPのために