

マックの朝コーヒーがなんと0円！ 無料で配るその真意とは？

ロッテリアの“絶妙バーガー返金保証”に続いて、ファストフード業界からまたまた驚くべきニュースが飛び込んできた。ファストフード業界のガリバーであるマクドナルドが7月24日から1週間、プレミアムローストコーヒーのSサイズを朝の8時から9時の間、1人1杯限定ではあるが、なんと無料で提供するとの発表を行ったのだ。(関東地域のみ)(Business Media 誠)

マクドナルドがコーヒー無料という衝撃的なニュース

ただし、**朝8時~9時**、**関東地区**、**7月24日~30日**、**100万杯限定**という条件がついておりますが。それにしても、何とニュース性が高い「衝撃的な宣伝」無料戦略ですね。

原価50円としても5000万円の経費で、これだけの宣伝効果はさすがマックですね。

この背景とマックの狙いは何か？

私なりに考えてみました。

(皆さんも何故、そのようなことをするのか？ 考えてみたら面白いですよ)

先月の6月には、マックも数年ぶりに前年割れの実績でした。

7月も後半戦に入り、このままでは前月に引き続き前年割れの為、テコ入れ策として企画したのか？

もう一つは同じハンバーガー業界のライバルとの差別化

ロッテリアの絶妙バーガー返金保証キャンペーン。・・・この絶妙バーガーは美味かったよ！

モスバーガーの低価格新商品バーガーの対抗策。・・・モスも低価格競争に突入！

そして、隣の業界を狙い撃ちする戦略か？

朝8時から9時は大手コーヒーチェーンにとって一番の稼ぎ時。

ドールやスタバにとって、このマックの朝だけ無料コーヒーが一番いやな仕掛けでしょうね。

たったこれだけ考えても、この限定100万杯無料コーヒー作戦は「凄いぞ」

恐るべし、マクドナルドの無料戦略

損して、得取れ」作戦の凄さに脱帽です！

<コメント>

投資対効果

つまり投資するなら、どれだけの効果性があるのか？

ちょっと考え、シミュレーションしてみるといいと思います。

そして、仮説 実践 検証のサイクルを廻す

まず、一番大切なことは・・・いかに集客するのか？

集客するという目的であれば、その手段・方法はいろいろ考えられます。

美容室の店頭にて、産地直送の無農薬野菜の販売でも、お花の販売でもいいのでは？

ただし、限定が条件ですよ。(数量・日時)

それで利益を取ろうなんて考えたらダメですよ。

目的は集客ですから、メインターゲットとなる顧客が喜ぶことは何か？

売上減少に悩むよりも、いかに集客するか？ ..考えてみたらいかがですか？