

「戦略思考トレーニング」

この本、売れているようです。面白い本です。
その中から興味ある問題がありました。ご紹介します。

問題2

2012年のヒット商品番付に登場した「俺のフレンチ」という飲食チェーンがあります。
超有名フランス料理店のシェフを口説いて料理長にすえて、驚くほどおいしい料理を驚くほど安く提供することで東京の都心では大人気なのです。
ビジネスモデルの秘密は高級フレンチなのに立ち席にすること。
1日 3.5回転と顧客の回転率を上げて収益を確保しています。
さて、この「俺のフレンチ」のビジネスモデルにはもう1つの秘密があります。
メニューの中に原価率が100%や200%の料理が普通に存在しているのですが、なぜそんなことができるのでしょうか？

ヒント

原価200%ということは食材の原価だけで2500円のコストがかかるメニューを1250円で提供しているということ。なぜそんなことができるのでしょうか？

非常識になる訓練です。

繁盛している他業界でも、同じようなことがあります。

答え

「広告宣伝費の代わり」

大都市の繁華街では、中規模以上の飲食店は、ぐるなびやホットペッパーといった飲食店サイトに、月50万円～100万円程度の広告費を支払ってお得なクーポンや限定メニューなどを掲載することで集客努力をしています。

「俺のフレンチ」では「同じ100万円の広告費を支払うなら、お客さんの胃袋に直接支払おう」というのが社長の考えだそうです。

そこで原価ギリギリや原価割れメニューをたくさん提供しているのです。

1000円の原価割れメニューを1000食提供してもかかるコストは同じ100万円。

そしてその方が口コミでお店に行列ができる効果はただ広告を出すより大きいというのです。

<経営のヒント>

ビジネスにとって一番重要なことは、「集客」です。

商品・サービスには、位置づけとして「集客」の為の商品・サービスを明確にすることが重要です。

すべての商品やサービスで「売上」や「利益」を出すことは無理です。

「集客」の為の商品・サービスを明確にしている企業は繁盛しているのです。

あなたのビジネスでは、いかがですか？

そして「集客」の為の商品・サービスは、顧客にとって、十分に魅力的でメリットを感じているのでしょうか？