



# そろそろ厨房設備の入替えをお考えではありませんか



TALK10

**飲**

食店が使用する厨房機器の耐用年数は、おおむね8年程度である。しかし、油や熱湯を日常的に多く使用する店舗については、3〜5年で設備の更新が必要だといわれている。

取引先がどんなメニューを提供しているのか把握したうえで、訪問時には調理場の繁閑、厨房機器の稼働状況などを確認し、設備資金ニーズをキャッチしよう。

**設備投資時期の適否に留意**

飲食業の設備投資計画を検証す

## アプローチトークの展開例



際は、以下の点に気を付ける。まず大前提として、投資効果が十分にあるか、損益計画の妥当性と損益分岐点の見込みをチェックしよう。そのうえで、今回の投資額が取引先の企業体力を超えていないか、償還力の問題はないか検証し、資金調達計画の妥当性を判断していく。

であるうえにコスト高となり、ひとたび反動にみまわれると大きな負担になってしまう。投資時期の適否に留意し、場合によっては社長のブレーキ役になる勇氣を持たなければならぬ。

# 店舗までお客様を誘導するような工夫を考えてみませんか



TALK11

## アプローチトークの展開例

社長・当店は裏通りに面しているせいか、どうもお客さんが店を見つけないような感じがします。店舗までお客様を誘導するような工夫を考えてみませんか。社長・表通りで客引きはできないから、看板を出すしかないのかな

担当者・看板を設置するならば、料理の価格や写真も盛り込みたいですね。あとは御社のホームページに、お店までのアクセスをもっと詳しく表示しましょう

**い**

くらしい料理を提供できたとしても、お客様が店に来てくれなければ意味がない。自然と人が集まる好立地の店舗は限られているので、実はこういった悩みを持つ飲食店は多い。担当者は、こうした取引先の経営課題に対してソリューションを提供することが信頼関係の構築につながることを心得ておこう。

**大看板設置には資金ニーズも**

お客様の誘導を行うのに看板は効果がある。店の名前だけを表示するのではなく、メニュー価格や店内の写真や盛り込むと来店の動機づけにつながる。店のイメージに合った色を使うといったことにもこだわりたい。

小さな立て看板ではなく、表通りからも見える大看板を設置する場合には、設備投資にかかる資金ニーズが発生する可能性もある。

また、ホームページを作成しているなら、最寄り駅からのアクセスを動画で紹介するとよい。リーダーを獲得するためにも、積極的にアイデアを出してみよう。

# 集客力アップのためにグルメサイトの活用を検討しませんか



TALK12

## アプローチトークの展開例

社長・うちの課題は集客力だよ。ピラ配りなど頑張っているんだけど、どうも効率が悪いんだよね

担当者・集客力アップのためにグルメサイトを活用する方法もありませんよ

社長・利用している人は多いよだね。店にはどんなメリットがあるんだろう

担当者・一番は多くの情報を掲載できることですね。クーポンを配布できるので、リーダーの獲得にもつながると思います

**い**

まや、飲食店を選ぶ際には、インターネット検索を多用する人が多い人が圧倒的多数である。特に、お店の情報を網羅的に集めたグルメサイトを使うケースが主流のようだ。

飲食店オーナーの中には「インターネット上に情報がなければ、店が存在しないのと同じ」と言う人もいるほどである。ポスティングや街頭でのピラ配りでは集客に限界があり、グルメサイトへの掲載を決める小規模飲食店も多い。

## 浮遊客を取り込みやすい

活用のメリットは、何と云っても多くの情報を発信できることである。一部の大手サイトでは、無料でメニューや写真を掲載できる。スマートフォンとも連動しており浮遊客を取り込みやすい。

さらに、クーポンを配布することも可能だ。多くのリーダーにとってクーポンが再来店の動機になるので効果が上がるだろう。

ただ、掲載料や管理料が必要になることも伝え、資金需要の発生を見逃さないようにしよう。