

商品造成と集客施策

商品による戦略と戦術的運用



株式会社アコモ ストラテジック マネジメント

こんな問題を抱えていませんか？

- ◆プランって何作ればいいの？
- ◆料理ってどうすればいいのかな
- ◆料金ってこのくらいかな。。。
- ◆プランを作ったらどこで売ればいいの？



販売施策

集客の戦略

集客をするにあたって、「地域ターゲット」はどこなのか。それに対して何が必要なのかがまず大切になります。それによつての販売流通は何が有効なのか。これに関しては四季によつても変えていく必要もあります。

情報発信

どんなに良い商品を作っても簡単には集客ができません。商品と同時に情報は信を行いお客様への「期待」を高めることが大切です。それは自社HPや広告、チラシなどの制作なども当社で行うことができます。

商品の考え方

商品価値と価格のバランス

商品のバランスを整える

旅館の料金は「お部屋代」「料理代」「備品代」が合計されて出来上がってます。まずは「1泊2食料金」が「お部屋代」がいくらで「料理代」いくらでを答えられないこと自体、売れる商品ではなく「価値と価格のバランス」を整えることが基本です。バランスが悪ければ買い手であるお客様は買ってはいただけません。それに売れる商品を作るのではなく、あくまで「お客様」が買ってくれるなので、それなりの商品数を揃えることが大切です。

商品料金の計算方法

- ・ 客室ランクの室料を決め、「室料」を入れる客数で割ります。
(室料10,000円が2名利用の場合、お部屋代5,000円)
 - ・ 他にアメニティ代や布団などの料備品代 (平均@1,000円目安)
 - ・ 料理ランクによつての夕食代と朝食代
- 商品料金 = 室料/人数 + 備品代 + 夕食代 + 朝食代

室料によるお部屋代単価

客室ランク	室料	客人数	お部屋代単価	販売額	差額	実質販売室料
本館和室	10,000	2名1室	5,000	5,000	0	10,000
		3名1室	3,333	4,000	667	12,000
		4名1室	2,500	3,000	500	12,000
新館和室	12,000	2名1室	6,000	6,000	0	12,000
		3名1室	4,000	5,000	1,000	15,000
		4名1室	3,000	4,000	1,000	16,000
新館二間	18,000	2名1室	9,000	9,000	0	18,000
		3名1室	6,000	8,000	2,000	24,000
		4名1室	4,500	7,000	2,500	28,000

■ お部屋代（客室単価）の考え方

客室ランク別で室料を作り、客室に入る人数で計算します。
 実際の計算した単価をそのまま使うのではなく、販売額を考えます。
 販売額を決めたことにより、「客室ランク」と「人数による」料金バランスの基本ができます。この料金は1名増えるごとに▲1,000円の売値で作成してありますが、客室に人数が多くなれば室料も高くなることもわかります。これが「団体を取ると儲かる」の仕組みでもあります。

この料金はいくまで「お部屋代」だけです。素泊りの料金を作る場合、こちらに「備品代」（アメニティ及び布団など）1,000円料金を足すことになります。

本館和室 素泊り料金

2名1室6,000円（お部屋代5,000円＋備品代1,000円）

お部屋代

料理ランクと料理単価

会席料理				
料理名	昼食及びSP	地元宴会	おすすめ	観光個人中心
	花	鳥	風	月
販売額	3,500	4,500	6,000	8,000
料理代	2,500	3,500	5,000	7,000
メイン①	銘柄鶏	国産豚	国産牛	ブランド牛
メイン②	旬魚	旬魚	海鮮	伊勢海老
メイン③	お造り 2種	お造り 3種	お造り 4種盛	お造り 5種盛
品数	12	13	13	14

■ターゲットと料理ランク

ランクを決めるときに、「ランクがあった方が売りやすい」的な考え方では、お客様へは伝わりません。このランクは何のために作るのかが必要です。

上記の表のようにランクを作るためには誰に向けてか、それとどれが中心かを決めて料理内容を決めます。そして、ただ品数を帰るだけではお客様には料金の価値を見いだせず、お客様は安いものしか買う気にはなりません。基本はメイン3種類が違いお客様へ「高くなる意味」をお伝えするところで高いものを買いたくなる気持ちにさせましょう。

もう一つのポイントとして「量より質」という話があります。特に量に関しては個人差があります。アンケートによる「多すぎ」などはあくまで「ご意見」です。ただし、「少なかった」は「クレーム」だということを考えましょう。

夕食料理
ランク

朝食メニューの考え方



■ 朝食の考え方

「朝はさっぱりと特にご年配の方は食べれない」
全くの逆です。若い方よりご年配の方が朝食はたくさん食べます。

旅館の朝食までの過ごし方を考えましょう。特にご年配の方は朝早くからお風呂に入ってお部屋でゆっくりしてくるのです。普段、寝起きで食べている朝食と違いどちらかというと「昼」に近いぐらいがいいのです。肉も魚も両方会ったほうがいいですし、ご飯のおかずが中心で3杯食べられる位の内容なら、「3杯食べれるおかずを1杯のご飯でいただく贅沢」を味わっていただきましょう。

朝食

朝食メニュー	
料理代	1,500
小鉢①	旬の和え物
小鉢②	旬の炊合せ
焼き物	紅鮭粕漬け焼き
	鯖塩焼き
	売店商品
ご飯の友	珍味3点盛
	温泉たまご
	海苔
	納豆
サラダ	生野菜 手作り和風ドレッシング
味噌汁	具沢山の味噌汁
陶板	豚生姜焼き
豆腐	揚げ出し
香の物	漬物2点
ご飯	白飯
デザート	ベリーヨーグルト
品数	16

商品造成と料金バランス

◆平休日料金<基本料金>						単位:円
客室ランク	客人数	花	鳥	風	月	
		平日限定	お得なプラン	おすすめプラン	贅沢プラン	
本館和室	2名1室	10,000	11,000	12,500	14,500	
	3名1室	9,000	10,000	11,500	13,500	
	4名1室	8,000	9,000	10,500	12,500	
新館和室	2名1室	11,000	12,000	13,500	15,500	
	3名1室	10,000	11,000	12,500	14,500	
	4名1室	9,000	10,000	11,500	13,500	
新館二間	2名1室	14,000	15,000	16,500	18,500	
	3名1室	13,000	14,000	15,500	17,500	
	4名1室	12,000	13,000	14,500	16,500	

A	基本料金①	通常平日料金
B	①+1,000円	オン期の平日料金
C	①+3,000円	通常休前日料金、お盆
D	①+4,000円	オン期の休前日料金
E	①+5,000円	GW
F	①+6,000円	正月

■料金の計算方法 お部屋代+夕食代+朝食代+備品代=宿泊料金

■商品料金ランク

お部屋が3ランク、料理4ランクあることにより料理商品だけで7ランクの商品が完成します。夕食の違いとお部屋の違いにより「旅の目的」によってお客様が選ぶ事ができます。これに商品のタイトルなどで内容を訴えることのお客様が買う欲も増すはずです。

タイトル例)

<料理長おすすめ> 「国産牛ステーキ」と「海鮮鍋」さらに市場直送「地魚4点盛」

■シーズンによる料金ランク

「オン」と「オフ」、「平日」と「休前日」の他にこの日は「売れるのか」「売れないのか」が大切です。料金UPはお部屋代が単純に上がるだけの「原価」ない利益です。同じ月の土曜日だとしても売れるのか売れないのかも考えて販売していく必要があります。

商品造成

集客施策

集客施策として「流通」によつての販売方法などを考えます。

流通は大きく分けると、「直」「WEB」「AGT」の3つに別れさらに、「個人」「団体」に対しての施策を行います。

今までの商品はあくまで料理による定番商品の基本ができたのであつてこの基本に肉付けすることによりターゲットに対して「魅力的な商品」を作成し「情報発信」を行っていきます。

①直顧客

個人

- ・ 自社HPによる情報発信
- ・ 新聞広告などの作成

団体

- 自社チラシの作成
- ・ 宴会
 - ・ 季節チラシ
 - ・ 慶事チラシ

②WEB顧客

個人

- ・ じゃらん、楽天、るるぶなど
- ・ 掲載順位を上位にする。
- ・ 見え方などの修正
- ・ 商品バランスの整理
- ・ 競争力の向上

①AGT

個人

- ・ 大手AGTの企画などの作成

団体

- ・ 団体企画の作成
- ・ 中小AGT対策
- ・ メディア系AGTの企画作成

商品造成

商品力で「売れる旅館」へ変化

①プラン造成

料理プラン、ターゲット別プランなどの作成及びWEB対策も行います。

150,000円／回

②料理ランクによる献立作成

商品と料理の関係、料理献立の原価方法などの料理長への指導及び料理ランクの作成

150,000円／回

③自社HPの作成

新規作成はもちろん、更新もどこよりも早く行います。

100,000円／月

①～③総合パック

250,000円／月

チラシ作成

チラシ商品の作成およびデザインを行います。

※印刷部数で料金が変わります。

150,000円～

料金