

出前成功事例を学ぶ!

今月の加盟店 弁当(東京)

本家かまどや 町田中町店 店長様



Before 新規の顧客開拓の為に、毎月約10万円の
コストをかけてチラシを配布していました。

After 出前館加盟後はネット集客が中心に。
チラシコストを約1/5に削減できました!

2~3年前から出前館のことは知っていました。気にはなっていたんですが、正直「そう簡単に注文が入るわけがないだろう」と、出前館の効果を信じていなかったんです。度々足を運んでいただいていた営業マンの説得もあり、ようやく決意し昨年秋頃に加盟しました。

■電話注文の受付に費やしていた時間を削減、作業効率がアップ!

出前館は、簡単なボタン操作だけなので、他の作業をしながら注文を受けられる点が良いです。電話注文のようにかかりっきりで対応する必要が無い為、お店の作業効率がアップしましたよ。うちは2店舗経営しており、両方とも出前館に加盟してます。2店舗中、1店舗は50~60歳前後の従業員が中心で、加盟当初はちゃんと操作できるのか心配していました。しかし、心配するまでも無くすぐに慣れてましたね。

出前館のお客様は、一度注文して下さると、ほとんどのお客様がリピーターになって下さってます。中には注文回数が300回(驚!!)というお客様もいらっしゃいます。加盟当初から現在までは、平均して月70~80件の注文件数があります。客層は法人のお客様と、単身者のお客様が多いですね。

■ピーク時の待ち時間設定を工夫し、効率よく注文を受けています

お昼時は、出前館の「待ち時間」の設定を60分に設定して、店頭のピークと重ならないようにしています。お昼時の電話注文と店頭販売は、10時~12時半くらいまでが最も集中します。その為、この時間帯は、出前館の「待ち時間」を60分に設定し、13時くらいから注文が本格的に入るようにしています。店頭が落ち着いて来たら、出前館から注文が入るという流れですので、現場が混乱することも無く、効率よくお客様の注文を受けることができますよ。

■チラシで攻めるエリアと出前館で攻めるエリアは違います

出前館はチラシに比べると、新規開拓のコストが断然安いですね!以前は新規の顧客開拓の為に、月々約10万円かけてチラシの配布をしていました。加盟後は、チラシを配布する手間が減り、そのコストは約1/5に抑えることができています。チラシの効果が薄いエリアから、出前館を通して注文が入ることがしばしばありますよ。一生懸命チラシをまいても、なかなか注文に結びつかないエリアがあるんです。そういうエリアは、不思議と出前館から注文してくるお客様が多いんですよ。それによって、このエリアにはチラシで宣伝、それ以外は出前館で宣伝というような方法をとっています。出前館に加盟後は、エリアごとにアピールしていく展開がなんとなく見えてきましたよ。

今後も美味しいお弁当をより多くのお客様にお届けしていけるように、努力していきたいと思っております!

