

元トップセールスマンが伝授!
飲食店の売上げアップの秘訣
なぜこの商品が売れるのか?



有限会社 ビーマックス

東京都 武蔵野市 吉祥寺 本町 1-35-14 ユニアス七井マンション 203

TEL : 0422-28-7181 FAX : 0422-28-7182

Free : 0120-198-017

URL : <http://bmax.co.jp> (有限会社ビーマックス)

<http://kankokushop.net> (韓国業販仕入専門店)



ごあいさつ



弊社は、設立以来「すべての人の喜びと幸せのために」をモットーに、販売促進にかかわる様々な業務をお手伝いさせていただいてまいりました。

この度ご提案させていただいた「ざくろ酢」・「ブルーベリー酢」・「りんご酢」は究極のサワードリンクの売上げをUPさせる為のツールです。

高い注文率で売上効率の良いこの「健康果実酢」と本書をご利用いただき、御社の販売促進のお役に立てればと考えております。

ここ2年間で1万本以上を売り上げた『ざくろ酢』の900mlのボトルは最近まで当社だけの取り扱いでした。
(500mlのボトルが主流で売られていました)

当社のざくろ酢は筑波にある(株)環境研究センターにて
残留農薬・重金属類・各種菌群の検査をクリアーして
現地メーカーの許可を得て日本語表記で販売しております。

製品と女性受けには絶対の自信があります。是非、この機会にお試し下さい。



有限会社ビーマックス 代表 小澤誠之



商売の原点に戻る。



大手の飲食店には専門の商品開発担当が存在します。
大きく分けて春・夏・秋・冬と4回。もしくは2ヶ月ごとにメニューを
変える店もあります。
メニューや商品を原点から見直すと良い結果が生まれます。

小規模店や個人経営の飲食店は商品開発のための「費用」と「時間」が作れないの
が現状ですので「店の売り(個性)」で勝負するしかありません。

特に店の中で一番利益が出る商品を見直しましょう。

恐らく「食材」よりも「ドリンク」が一番売上げが上がるのではないのでしょうか？
夏に生ビールを出させる為にあえて店の冷房を切って営業して売上げを上げた
お店もある位、アイデアで集客も出来るということです。



お客さんが飽きが来ない商品構成を！
原点から顧客満足度をUPさせる事を考えよう。



このようなお店にお勧めです



- 酒屋の割り材だと美味しくないしコストを掛けても成果が今一つ。
- 特定の客層(ターゲットを選定する)等の商品探しが面倒である。
- せっかく新商品を出しても注文率が高くない。
- コンセプトが無く、ただメニューの数だけ増やしてる。
- 目玉商品が無い。
- 流行商品の情報入手が遅い。



これらのご希望にお応えいたします。



営業のプロはこうやって契約する！

👉 効果的な販売方法を知る事！

通常の飲食店は「食品のプロ」だと思います。
当社は「販売のプロ」です。
本当の感動を与える為に何が必要か考えましょう！
初めてのお客さんが次に来る為の策を施さなければ
行き当たりばったりの戦略は長続きしません。

👉 お客様に必ず味の感想を聞く！

契約の取れる営業マンはお客さんとの話しの
キャッチボールがきちんと出来ています。
特に小さい「YES」を重ねると契約に繋がるのです。
感想を欲しい料理を食べた後に美味しかったか聞くのが
最も有効です。「ええ、美味しかった！」と答えた方は
また店に訪れる率・次の注文の率も格段にUPします。
美味しいと声に出させる事が「美味しい店」との評判作りに繋がるわけです。

『ざくろ酢』をテストした際には必ず聞いてみて下さい。





他の店に無い物がある。



- ▶ **トップセールスマンは他の人がしない事をする。**
- ▶ **「アイドマ」の法則を上手に使う。**

アイドマ(AIDMA)の法則とは「アテンション(注意)」「インタレスト(興味・関心)」「デザイア(欲求)」「メモリー(記憶)」「アクション(行動)」により効果的な宣伝が出来ます。まず、注意を引く販売促進方法で当社のPOP広告などはこの法則に基づいて「目立つ」「健康に良さそう」「注文誘引」によって作られています。酒屋さんのワンパターンのPOP広告とは違い、お客様のニーズに合った告知方法です。特に「当店のみ取り扱い」とか「期間限定」・「 地区初登場」・「この商品を扱ってるのは3店舗のみ」とかはかなり効きます。いままでリサーチした店舗では黒板やカラーボードにお奨めメニューを書き込みしている店は「売上げ」も多かったです。ただし！黒板などには普段は料理のメニューだけを書き込む店が多いと思いますが、あえて「健康ざくろ酢サワー」とかドリンクを一品だけ書き込んで残りを「本日のお奨め料理」とかにしてみてください。(試験的に導入なら感想を聞くこと)ターゲット商品を目立たせるのが一番効果あります。黒板のお奨め料理は黙っていても注文があるのでから……



全て計算した通りに運ぶ



👉 サワーの原価を考えよう。

・900ml(1本あたり 1,470円)のざくろ酢の場合、25杯分取れると計算します。キリンやサントリーの焼酎サーバーの場合でもサワーグラス 一杯20円位ですよね。

900mlを1本 1,470円で仕入れた場合、ざくろ酢一杯あたりの単価は58.8円です。計算すると一杯原価 78.8円前後になります。店頭売価一杯 450円を出せば、一杯の粗利は350円前後です。純利益は1本で9,280円も売上げが出ることになります。

👉 通常のサワーより高値で売る事を勧めます。

・通常のサワーの価格帯が380円～400円ならあえて450円で販売して下さい。価値を高める事により「お客さん」も「お店」も「当社？」も喜びます。安売りすると大手の飲食店じゃない限り良いことはありません！付加価値はとても大事です。

「美味しかったですか？」(こうやってすぐに聞くのが一番大事なんですよ)

飲んだ後すぐにお客さんに聞いて下さい。「実はこんな飲み方もあるんですよ」と言って2杯目は梅干を小皿に出して50円付けてみて下さい。

「健康」・「面白い」・「美味しい」と三拍子揃ってます。



最後に…



この商品「**売上げで貢献いたします**」と謳った限り必ず結果が出る様に計算されております。各飲食店様、そしてこの商品を飲むお客様にも自身を持ってご提供出来ます！

ブルーベリー酢につきましてはまだサワーとして商品化されてるところがまだ少なく、昨年の11月から大手飲食店の1つの業態が導入しているだけです。**希少価値が高く、注目を集める**かと思います。

皆様には必ず「**この商品良かったな**」「**ビーマックスさんで良かったよ**」と言って頂きたいと考えております。

ご注文方法につきましては、下記フリーダイヤルにてお気軽にご連絡下さい。



Free : 0 1 2 0 - 1 9 8 - 0 1 7

各飲食店様に足を運ぶ時もございますのでその時は宜しくお願いたします。



「安売り」は必ず後悔する



▶ サービスのつもりが命取り

・最近良く「ビール280円」「期間限定で一杯200円」とか見かける様になりました。豊富な資金力があれば太っ腹商売も良いでしょう。お客さんの心理はこうなります。
「今日は安くないから他の店でもいいんじゃない？」
一つ一つの商品の価値を高めていく事が大事なんです。勿論料理でもドリンクでも・・・美味しかったらお通しも500円取ってもいいんです。新規開店のサービスでもないのに一番利幅の大きいドリンクをわざわざ安くする必要があるのでしょか？ 本当に「お客さんが喜ぶものは何か？」を考えるのがプロなんです。安くしてから元に戻すのもリスクがあります。

▶ 付加価値が喜ぶ秘訣！

・実際に何かサービスがあるとうれしいものです。でも、上記に触れてるサービスとは違います。当社のざくろ酢を見てみて下さい。はっきり言って当社にとってそう儲かる物でもありません。何故この商品を扱うか？？間違いなく旨いからでしょ！飲んだ人が満足するからでしょ！酢は健康の為に毎日飲むのはしんどいけどこれなら飲めるでしょ！美味しく飲んで健康に良い。お店屋さんとも長く付き合えます。それが何よりの「付加価値」ですね。価値を高める販売方法も「付加価値」と言えます。美味しい食べ方を教えるとかお店のオリジナルの付加価値を考えるのが良いでしょう。



各飲食店様へ



当社は現在「ザクロ酢」他、健康果実酢をサワードリンクとして首都圏の飲食店と武蔵野市吉祥寺の居酒屋さんに納品しております。

しかしただ漠然とメニューに追加しても品数が増えるだけになるので
このようなお店にはオススメいたしません。

女性客を増やしたい(定着させたい)

リピーターを増やしたい

飲んでもお客さんに健康を勧められる

本当に美味しい物を提供したい

というお店にしか当社は納品をお勧めいたしておりません。





健康果実酢 2年間の実績



ここ2年間での実績は・・・



弊社納品先の首都圏のチェーン店舗でのドリンク売上げ順位

- 1位 ビール
- 2位 ウーロン茶(ウーロン杯)
- 3位 **ざくろ酢サワー**
- 4位 **リンゴ酢サワー**
- 5位 生グレープフルーツサワー



弊社納品先の吉祥寺の居酒屋でのドリンク売上げ順位

- 1位 ビール
- 2位 **ざくろ酢サワー**
- 3位 **りんご酢サワー**
- 4位 緑茶サワー
- 5位 フルーツ系サワー

2店とも共通する部分があります。
上手に商品をアピールする方法を知っているのです！

当社はこの商品が
「**飲食店の起爆剤**」になるのでは？
と思い商品を全国にアプローチしてきました。





売上げのコツは商品+極意



私達の営業経験を元に

いかにお客様が目を引くか？
いかにお客様が満足するか？

1杯の注文してもらう為の「興味」
2杯目の注文をしてもらう為の「極意」
商品 + 「極意」をセットで販売しているのです。

確実にお店の売上げは上がりました。

「本当にこの商品良いですよ～」その「感謝」が最高の褒め言葉で私達の利益だと思ってます。

導入するには高い！！と思う居酒屋の店舗様

この味・お客様の満足を得るに原価いくらなら良いとお考えでしょうか？

健康果実酢サワーはおお客様の健康に気を使いながら飲んで頂けるサワードリンクです。

きっと満足行く結果になると思います。

