

《高端餐饮转型在路上》之二

动动鼠标,星级外卖送上门 高端餐饮玩转粉丝效应



当下,几乎所有行业的发展都不能回避互联网的影响,餐饮行业也不例外。

随着互联网的快速发展,转型中的高端餐饮也与其结合,不断创新服务方式。统计数据显示,餐饮O2O商务用户规模将继续保持较快增长,预计到2015年将超过2亿人次。同时,餐饮O2O行业市场规模在2015年也将达到1249.6亿元。O2O能增强用户黏性,提高品牌知名度,促进二次消费。对于餐饮业,O2O模式有助于餐饮业的创新发展,有助于餐饮业降低成本,有助于建立良好的管理机制和服务体系。

据了解,南京古南都饭店、香格里拉大酒店开高端酒店微营销先河,消费者可以通过微信订房、订餐。同时,真知味、古南都集团等企业不仅积极与团购平台合作,而且涉足外卖服务领域,从线上吸引客流。

对于餐饮企业借力电商,零号线CEO吴皓表示,随着移动互联网的发展,电商对餐饮行业的引流作用将越发明显。

现代快报记者 蔡旺 王立航

放下身段 星级外卖成新卖点

作为高端餐饮的代表,星级酒店却已“放下身段”,纷纷开始涉足外卖服务。

作为集团旗下高端餐饮代表,古南都饭店去年下半年开始涉及外卖服务新领域。在零号线首页的中式餐厅,记者看到了处在推荐商家位置的古南都饭店。记者注意到,古南都饭店外卖产品价格多集中在几十元,满一定数额还赠送礼品,其中售价49元的川味水煮馋嘴蛙套餐最受欢迎。“我们外卖产品走平价路线,套餐价格很优惠,像双人肥牛套餐只有59元。”古南都饭店餐饮部总厨傅燕平说。傅燕平坦承,最开始并不看好星级酒店的外卖业务。不过,零号线上的订餐情况非常好,最多的一天有80多道菜通过零号线外卖出去,当时送餐员像传送带一样不停地来拿套餐。傅燕平透露,接下来古南都饭店会在零号线上打造“我宅我享,美味健康”的旗舰店,提供更多更好的外卖产品。

除了面向大众的零号线订餐,古南都饭店还将目光投向了团膳市场。“在高端消费业务萎缩的情况下,我们看到团膳市场是一个很有发展潜力的新领域。”集团负责人说。2014年下半年古南都集团推出了中央厨房计划,引进现代化设计,用标准化的工艺流程进行批量生产加工,为企事业单位、各类商务活动等提供大型团膳服务。在尚未大规模推广的情况下,目前古南都饭店的团膳预订每天销量为1000份左右。

右,价位20元/份起步。据了解,中央厨房计划是古南都饭店2015年的重点工程,消费者可以通过饭店客服电话以及微信服务号订餐。“我们已顺利获得了中央厨房的相关手续,将致力于以五星级饭店标准来打造每一份盒饭。”傅燕平说。

真知味也看好外卖市场,并已将其作为2015年的业务增长点。然而,从目前来看,外卖仍是小众市场,不具备大规模配送能力。真知味董事长沈加华介绍,保管难题制约着外卖的快速发展,仍在探索解决之道。最近,有客户点了整桌菜肴,真知味付出的成本非常高,不仅配备了很多保温桶,还打车送过去。“我们要开发出适合外卖的产品组合,既符合消费者口味,又要商家方便运输。”

助力外卖 借力电商成必然

在南京,谈及餐饮外卖,就不能不谈“零号线”,它已成了不少高端餐饮“触网”的首选平台。零号线CEO吴皓告诉记者,随着传统餐饮业房租、人工成本不断上升,成本结构不合理的问题越发突出,加入外卖平台成了很多商家的选择,所以这为零号线提供了最大的机会,零号线上有大大小小1000多家商户,销量都还不错。

吴皓说,商户生意好坏跟产品性价比、打包质量密切相关。有部分商户线上线下同步在做餐饮,但线上销量高于线下。除了常见的外卖餐馆,零号线平台上还聚集了金陵饭店、古南都饭店等高端餐饮品牌。在市场竞争压力之下,高端餐饮也做起了外卖生意。不过,这些品牌多为高端餐饮旗下子品牌,销售适合外卖的商品。

除了外卖,不少商家还与团购网站合作。“这样做能帮商家引流,提升了运作效率,有一定效果。”吴皓告诉记者,但运营微信公众号要求高,并不是每一个商家都有能力做,成功率并不高。从长期来看,类似于淘宝的聚合性平台将整合团购和微信,提供一致性的售后服务。外卖平台则处于加速上升趋势,因为年轻人越来越喜欢叫外卖,快速发展的移动互联网让外卖下单更便捷。在外卖打包水平逐步提高的情况下,类似于火锅类的商品有望进入寻常百姓家。

搭建“微”平台 发挥粉丝效应

酒店业对于科技的发展触觉一向灵敏。“随着微博、微信的蔓延,我们开设了自己的官方微博和微信。”南京香格里拉大酒店相关负责人说,酒店微博和微信能及时分享酒店活动、促销信息。在开业前期,南京香格里拉大酒店在微信上首次推出了玩游戏得免费餐券的活动,在南京酒店圈中第一家利用微信平台进行营销。

尽管微博、微信两大平台刚刚起步,但南京香格里拉大酒店已和各电商平台开展了多种模式的合作。南京香格里拉大酒店相关负责人说,以酒店官方微信为例,今年年初将实现在微信上预订客房、餐厅、餐位、付款,以及实时和酒店客服人员问答互动等功能。古南都集团也专门成立了电子商务公司,专门负责网络渠道、APP终端的拓展与管理。“马祥兴、江苏酒家等老字号本身属于百姓消费,通过集团线上线下的营销助推,让老字号更快地走进了年轻人的视野。”古南都集团相关负责人说。

真知味甚至将客户分为了不同的“等级”:粉丝会员、收费会员以及储值会员。只要关注真知味官方微信,就直接成为粉丝会员。到店消费的话,门店会送一道菜或者一件小礼物。储值会员则享受充值一定额度,直接赠送现金的优惠。据了解,真知味的门店中会员储值额最高达到了近百万元。