

ネット集客で魅せる 旅館再生記 下

fantasista代表取締役
 湯浅 淳氏



プロフィール

8年間大手レストランチェーンに勤務。店長時代には、店舗サービスコンテストで全国1位を獲得。その後、転進し、2004年に那須に蕎麦をオープン。開業わずか1年後の2005年に、楽天トラベルお客様アンケート全国1位を獲得。2007年度には、楽天トラベルアワード金賞を受賞するなどの人気を宿に集める。また、ネットの発行数は11万通と、客に注目を集める。また、ネットと宿泊施設経営者。

メルマガ・懸賞などで、集客力を上げ、ページ作りを工夫することで、集めたユーザーを宿泊予約させるページを作りあげた。そして、今回は、集めたお客に対して安売りで売れたとすることで、従来の単価から値段を上げ、より高単価で販売につなげられる仕掛けや商品作りについて実例をもとに話を聞いていく。

プラン、料飲関係のメニューで単価3000円が1万3000円

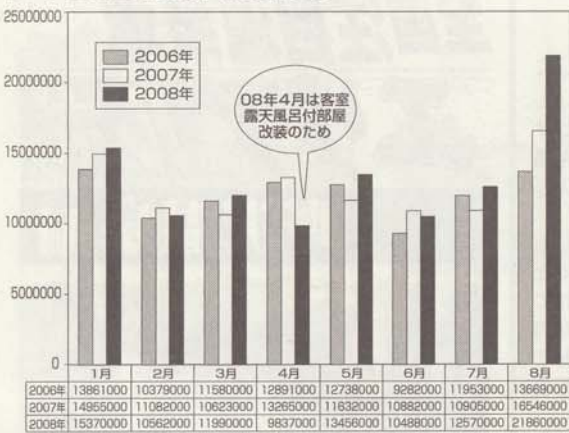
「お客の印象に残るようなインパクトのあるメニューを設定

「従来の価格から上げるだけでは、何を基準に価格を決定するのですか?」
 湯浅 価格は、これまでその宿の方が宿泊したことのある施設を参考にしていますが、その施設を比べても、同じくこのエリアの同じくらいのところというのが、その施設価格になると思います。適正価格を決める上で、お客目線で判断するわけですね。

「プラン設定の段階で、価格に幅を持たせた設定をすることが多いですか?」
 湯浅 ふくぜんさんでは、コンサルをするまでの単価が8000円ぐらいでした。スタンダードのプランを1万円にしてこれを軸にした組み立てをしました。これにより、8000円が格安プランになり、1万2000円、1万5000円がグレイドアッププランになり、予約が、1万円、1万2000円に入るようになり、これだけで、単価が1万円上がりました。

「岩塩というようにこだわっているんです。これは、自分が過去に宿泊した施設で、1個料理の中で、インパクトのあり、今でも印象に残っているものがあつたので、これがあつたので、これがあつたので、宿として何かの印象とこのことについていたからです。」
 湯浅 ふくぜんさんは地元新聞の取材依頼があつたりして、実際の反響もあつたようです。いまは、その新聞記事などを見て予約する方もいらっしゃるようです。

ふくぜん全体宿泊金額推移



プラン価格はスタンダードラインを1万円からに変更

「プラン設定の段階で、価格に幅を持たせた設定をすることが多いですか?」
 湯浅 ふくぜんさんでは、コンサルをするまでの単価が8000円ぐらいでした。スタンダードのプランを1万円にしてこれを軸にした組み立てをしました。これにより、8000円が格安プランになり、1万2000円、1万5000円がグレイドアッププランになり、予約が、1万円、1万2000円に入るようになり、これだけで、単価が1万円上がりました。

「プラン設定の段階で、価格に幅を持たせた設定をすることが多いですか?」
 湯浅 ふくぜんさんでは、コンサルをするまでの単価が8000円ぐらいでした。スタンダードのプランを1万円にしてこれを軸にした組み立てをしました。これにより、8000円が格安プランになり、1万2000円、1万5000円がグレイドアッププランになり、予約が、1万円、1万2000円に入るようになり、これだけで、単価が1万円上がりました。

「お客の印象に残るようなインパクトのあるメニューを設定...」