

“疫情”之后餐饮店 引流之道

Prepared by: CloudXink®云思

Mar. 2020





主要发现

Major findings

“疫情”之后，餐饮店引流三板斧

感情牌



服务牌



创新牌

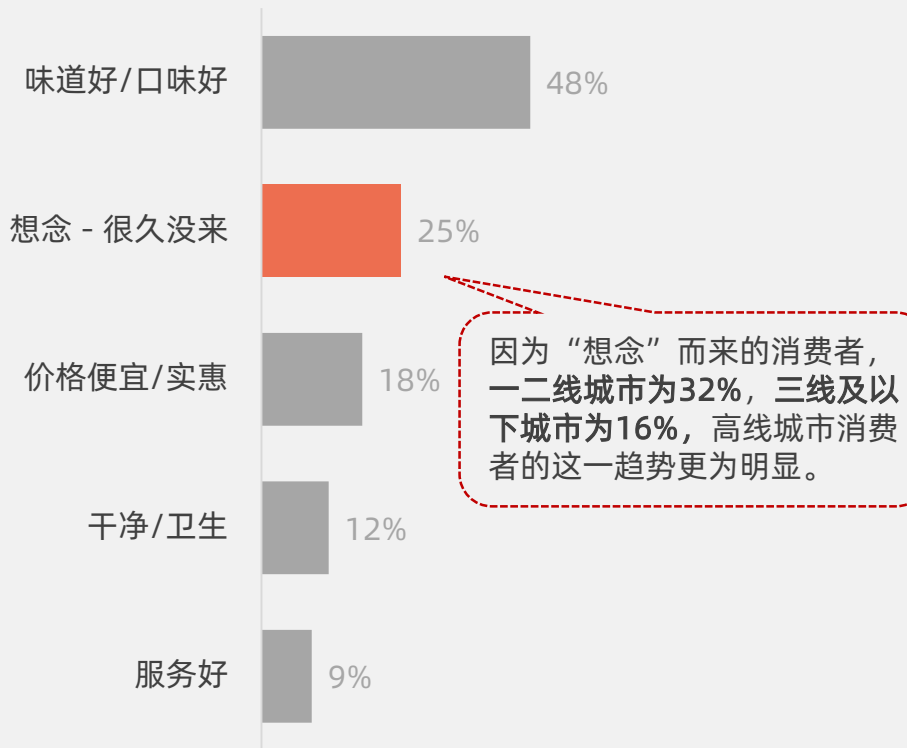


感情牌：
怀念老味道



“怀念老味道”是“疫情”期间在外就餐的第二大主题

“疫情”期间在外就餐的动因



在外就餐的动因：

云思通过自有在线社区，真实记录了140位用户的在疫情期间的外出就餐行为，我们发现，驱动用户选择一家餐馆就餐的重要原因，“怀念老味道”成为仅次于口味的第二主题。

怀念老味道的原因：

“宅家太久很久没吃，想吃了”、“自己厨艺不行”、“在家吃腻了”、“要照顾大家口味没法吃自己爱吃的”，如此种种，都是大家想念外面的味道，想念老味道的原因。

“很久没有吃烤鱼了，在家呆了快一个月，现在店里刚刚开门，迫不及待去吃一下。” -- 南京的一位女士

“快受不了自己的黑暗料理了，还是外面吃吧。” -- 上海的一位独居男士

“天天吃家里的菜，就想吃外面的，换换口味。” -- 保定的一个学生

“家里人吃得太清淡了，我想吃重口味的烧烤啊。” -- 西安的一名95后

主打“老味道”系列话题，勾起消费者美好回忆，促进到店意愿

主打“老味道”：

餐饮商家可以主打“老味道”这一话题，调动消费者心智中对于外面的味道，老味道的回忆，吸引他们到店用餐，如：

1、对于快餐、点心等餐饮：

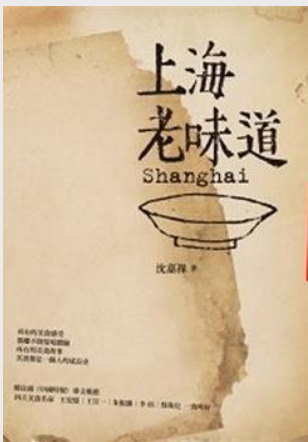
推出“老味道”主题套餐，组合店内畅销单品，强调不变的味道和服务，吸引老顾客；

2、对于火锅、烧烤、日料等特色餐饮：

因该类餐饮的特征，疫情期间消费者较难以消费，可以通过强调消费者“多久没吃”，“味道和服务不变”，“等你回来”，激起消费者疫情后的尝试欲望，以吸引新老顾客；

3、对于地方特色美食：

疫情期间有些消费者被困老家，会想念工作地的美食，同时疫情后，消费者的旅游会恢复，因此对于主打地方特色美食的餐饮商家，可以“地方老味道”为话题吸引消费者的关注。



服务牌：
老板/店长上一线



老板/店长需要上一线，让消费者感受到商家服务的专业和投入



老板/店长要上一线：

我们发现，“餐馆服务好”是消费者外出就餐时关注的第五大要素，尤其是在三线及以下的低线城市中，消费者尤为看重餐馆老板是否出现、老板的服务态度、老板的性格等，这些是他们决定是否到店就餐的重要影响因素。

我们建议，餐馆的管理人员，如老板和店长，在疫情结束后，应该积极地上一线服务，通过与消费者人与人之间的沟通互动，人情往来，让消费者体验到贴身、定制化的服务，感受到商家的专业和投入。

消费者心声：

“老板服务热情，饭菜可口，我经常来。” -- 天津的一位男士

“来多了认识了老板，给我隐藏菜单，很贴心。” -- 潍坊的一位男士

“老板服务态度好，很热情，还给了我新顾客免单。” -- 成都的一名学生

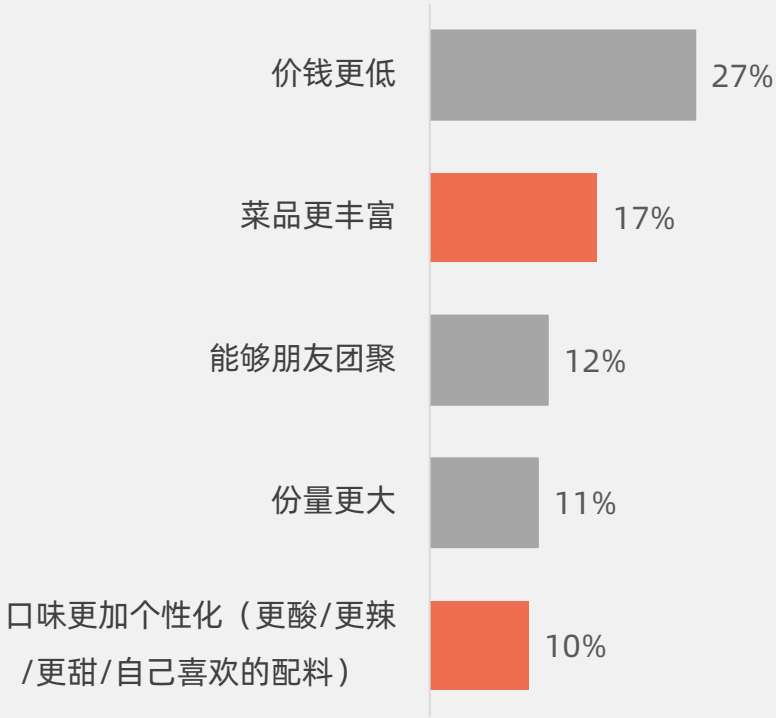
“老板很幽默，黄焖鸡米饭做得很正宗，好吃。” -- 北京的一位女士

创新牌：
持续创新



“菜品更丰富”、“口味更个性化”，是消费者对菜品的诉求

期待餐馆的改进和提升



消费者期待餐馆持续提升和改进：

对于餐馆的期待方面，除了希望更具性价比，菜量大更实惠外，期望菜品更丰富，口味更个性化满足个人的需求，仍然是对餐饮行业不变的要求。

消费者心声：

“品类再丰富些，多些蔬菜的选择。” -- 苏州的一位女士

“菜的种类要更丰富，更鲜美。味道最好再辣一些。” -- 重庆的一位男士

“肉菜要更多一些，最好还有汤。” -- 焦作的一位男士

“品类再增加一些，多一些饮品和甜点能够选择。” -- 苏州的一名90后

“最好配点西瓜水果什么的，现在没有。” -- 东莞的一位男士

“菜品多一些，送水果拼盘，便宜一些。” -- 南京的一位女士

“再辣一些，工艺要更精湛。” -- 东营的一位男士

“这个面要更酸一点，量要再多些。” -- 咸阳的一位男士

“有点太辣了，而且太油了。” -- 北京的一位男士

菜品创新 —— 最快的方法：送果盘、加配菜

如果来不及菜品创新但又需要丰富菜品，最快的方法是，送果盘、加配菜。

消费者心声：

“最好配点西瓜水果什么的，现在没有。” -- 东莞的一位男士

“菜品多一些，送水果拼盘，便宜一些。” -- 南京的一位女士

“分量再大一点或者是能够多送几个配菜。” -- 商丘的一位男士

“里面的配菜种类再多一点，鸡肉再炖得烂一点。” -- 洛阳的一位男士

“美味，便宜，量更多，配菜更多。” -- 上海的一位女士



口味个性化 —— 提供调味品超市

消费者重口难调，要满足大家不同的需求，可以在餐馆内提供调味品区域，供消费者自取DIY。

消费者心声：

“菜的种类要更丰富，更鲜美。味道最好再辣一些。” -- 重庆的一位男士

“再辣一些，工艺要更精湛。” -- 东营的一位男士

“这个面要更酸一点，量要再多些。” -- 咸阳的一位男士

“有点太辣了，而且太油了。” -- 北京的一位男士

“好像有点太淡了，没味儿。” -- 苏州的一位女士





附录

Appendix



因当前社会处于疫情中，线下餐饮业受到了较大的打击，消费者在外就餐的消费行为和态度产生了怎样的变化，是一个有趣及具有商业价值的话题，因此此项实景研究以消费者在外就餐为话题而展开。

此项研究通过云思自有社区进行，以实景调研的形式进行，实景调研指在消费行为发生的当下进行问卷调查，即一种in-moment的研究方式。

云思自有社区，是云思科技自己运营，为云思内部研究团队和外部客户提供专业、精准、高效的在线调研服务的社区。目前该社区已积累16,000+粉丝，粉丝的响应率达20%，通过该社区进行的线上调研，能在24小时内极速回收上千级样本量。

研究方法 - 我们如何执行

该研究分为招募和执行两阶段：



招募

招募方式：

- 云思自有社区有奖调研

招募人群：

- 全国范围内，周五（2/28）和周六（2/29）计划外出就餐的消费者
- 愿意在外出就餐时参与此项调研

招募时间：

- 项目正式执行前一天（2/27）



执行

答题方式：

- 云思自有社区日记形式答题，周五（2/28）和周六（2/29），每当外出就餐时，就此次外出就餐情况回答问题，每人可重复多次答题

答题人群：

- 招募人群，即周五（2/28）和周六（2/29）外出就餐的人

执行时间

- 周五（2/28）和周六（2/29）



招募问卷

- 被访者背景信息
- 周五和周六是否有计划外出就餐
- 是否愿意在外出就餐时参与问卷调研



执行主问卷

- 拍照上传就餐餐馆的店招照片 【拍照题】
- 拍照上传餐馆就餐吃的食物 【拍照题】
- 一起吃饭的人数 【选择题】
- 来餐馆吃饭的原因 【开放题】
- 这次就餐未满足的需求 【开放题】
- 这次外出就餐是为了早饭/午饭/晚饭 【选择题】
- 餐馆所在城市 【城市题】

极速、大量数据收集

2天执行时间

140名消费者参与

235张消费场景图片

280条消费评价与期望

消费场景照片墙





www.cloudxink.com



contact@cloudxink.com



010-86468308-801



云思洞察微信公众号

