

食材限定销得俏 服务到位客群稳 极简烹饪带动健康生活新模式

夏天即将到来 ,所谓夏天的较量 也将开始了。如何健康 享瘦 ？管住嘴尤为重要。因此 ,美团外卖上的轻食系列简餐成为减肥人士的首选。

4月28日 ,记者走进一家运动简餐店 ,该店推出的轻食系列简餐在稳定老顾客的同时 ,还陆续吸引了不少新顾客。由极简烹饪带动的健康生活新模式在永城悄然兴起。



曾上进制作减脂餐
客户在店内用餐

普通食材极简烹饪 限定食材销量稳定

今天牛肉炖得怎么样？还不错。记者到店时刚好是饭点 ,看到该店店主曾上进为顾客上餐边询问顾客意见。我们3月初开始营业。尽管开业前已做好充分准备 ,简餐口感也调试过无数次 ,但多听听顾客意见 ,便于我们更精准掌握顾客喜好。曾上进说。

老板 ,还是和昨天一样的鸡肉套

餐。随着一声招呼 ,市民王先生来到店内 ,坐在老位置上。当初朋友介绍说新开的这家简餐店不错 ,我就过来试试。套餐里有紫米饭、鸡胸肉、蔬菜等 ,很适合像我这种要减肥的人 ,价格也可以接受。王先生告诉记者 ,他在这家店已连续吃了半个多月 ,套餐里的家常菜都用了极其简单的方式烹饪 ,营养又健康。

我们荤菜选用鸡肉、鱼肉、牛肉、虾等富有优质蛋白的 ,烹饪时用的是橄榄油 ,少油少盐 ,用这样极简方式烹饪出的食物更健康。曾上进说 ,这样一份日常简餐的价格定在48元至58元之间 ,颇受减肥和追求健康饮食习惯人士的喜爱。因要保持食材新鲜度 ,该店简餐均限量销售 ,日销量在70份左右。

简餐背后的“附加”服务 稳定新老客户群体

刚开始来这家店 ,是想吃顿健康的晚餐。没想到 ,用同样的食材 ,口感却比自己在家做得好 ,还能学到很多健康的烹饪方式。老板很热心 ,每次都是有问必答。市民曹女士说 ,因离家近 ,她已成为店里的常客。

其实 ,曾上进还是一名健身教练。无论是有过消费记录的还是初次消费的顾客 ,只要有任何关于健康

饮食方面的问题 ,他都愿意耐心解答。

我体重基数大 ,不适合运动。在这里用餐后 ,我找到了自己发胖的原因 ,也逐渐养成健康饮食的习惯 ,就算有聚会也不会大吃大喝了。王先生对自己目前毫不痛苦又可以健康减重的状态十分满意。

我感觉这不单是一家做简餐的店 ,更多的是向我们传达健康饮食的

理念、做法。曹女士说 ,这是她在其他简餐店体验不到的。

每次推出新菜品 ,曾上进都会亲自参与简餐的研发与日常食用 ,还会详细记录下做法、教程 ,分享给有需要的顾客。

简餐背后的 附加 服务 ,帮曾上进稳定了新老客户群体。正式开业仅两个月 ,充卡固定顾客已有近百人。

巧用微信群传递新理念 客户黏性大大增强

采访期间 ,记者注意到 ,该店的用餐客户群体基本上都在曾上进所建的一个微信群中。大家平日会围绕健康生活、快乐运动等主题展开积极交流。

对我们来讲 ,中式简餐的味道不差 ,减肥也因简餐变得不那么难坚持。老板常常在群里跟我们互动 ,有时是讲菜单更新 ,有时是讨论菜品定价。 我比较挑食 ,老板还会提供个性化服务 ,为我量身定制适合我个人口味的简餐 ,十分人性化。曾上进的忠实粉如此反映。

记者翻看了他们的聊天记录 ,发现这类用餐客户群体大多由于工作较忙 ,没时间顿顿饭都亲手制作 ,但均有较为强烈的减重需求。对他们而言 ,与其点外卖挑得眼花缭乱 ,不如坐在店里轻松享用一份中式简餐。

微信群里的频繁交流让曾上进与客户的黏性大大增强。他告诉记者 ,时不时有人主动发上自己的运动照片和群内小伙伴分享 ,还有人会录制运动视频让他指点一二。

在曾上进看来 ,要想经营好一家

运动简餐店 ,提供相应菜品很重要 ,但传递健康饮食理念更重要。因此 ,若遇到顾客向他求助如何在家做出与店内口感一样的简餐 ,曾上进会不遗余力耐心解答分享 ,甚至还制作完整的菜谱教程分享到微信群内 ,方便不能到店用餐的顾客在家也可轻松 享瘦 。

令曾上进感到诧异的是 ,他的主动分享并没有分流店内的生意 ,反而增加了顾客对他的信任 ,也让顾客更愿意为他的产品买单。

精致露营火爆 催生 露营经济 新业态

4月24日 ,在小漓江旁边的野营基地内 ,市民方窠一家六口正在露营。像方窠一家一样 ,挑个凉爽的天气 ,找个环境优美的地方 ,带上精致的美食 ,再拍上一组精美的照片 ,精致露营成为越来越多市民休闲度假的生活新方式。这种日渐火爆的新生活方式 ,进一步催生了我市露营基地、露营装备等一系列 露营经济 新业态蓬勃发展。

露营装备俏销 商家竞争日趋激烈

露营生活的兴起 ,首先带动的就是露营装备市场的兴旺。前几年我们露营装备只是附带 ,尤其是帐篷、天幕之类的大件 ,一年卖不出多少。城南路上有一家经营露营装备的商店经理胡楠说 ,去年开始 ,店里露营装备的销量逐渐走高 ,现在已经占到全店销售额的一半以上 ,增长近35%。

看着形势大好 ,胡楠今年还准备再开家露营装备的专卖店 ,进一步丰富产品种类 ,除了传统的帐篷、天幕之外 ,还有果篮、餐盘、鲜花等其他配套用品。

胡楠的计划并非一时兴起。事实上 ,我市已经有不少露营装备的专卖店 ,而且已经逐渐分化出细分市场。我的产品主要针对资深露营爱好者。金城路上的运动户外店经理李超已经经营露营装备5年。他说 ,资深露营爱好者对装备的质量、材质要求更高 ,对价格敏感度反而较低 ,比如一顶帐篷其他店只要198元 ,而他店里材质更好的同类帐篷要卖到369元。但是记者发现 ,尽管价格偏高 ,李超的生意依旧越来越好 ,店里、微信上询问单价的人络绎不绝。

与李超不同 ,陈宇刚入行不久 ,瞄准的是新生的露营爱好者 ,产品价格较实惠 ,但选品上更加丰富多样 ,清新可爱的风格更吸人眼球。与资深爱好者相比 ,新生爱好者往往更追求视觉感受 ,拍照好看是他们的首要消费动力。陈宇说。

记者走访发现 ,今年以来 ,随着露营装备走俏 ,装备市场竞争开始进入白刃战阶段。商家数量从前几年的不到10家 ,发展到了现在的40多家 ,价格竞争的势头开始显现。

露营基地数量猛增 业务拓展多元化

随着露营市场的兴旺 ,市民露营形式也在悄然间发生了变化。过去 ,露营的人喜欢自己动手准备好一切装备 ,大包小包带出门。现在 ,越来越多的人喜欢轻便式露营。市民胡华磊从中看到了商机 ,在小漓江旁边开了一家露营基地 ,专门为露营的人提供帐篷、烤炉等成套装备。生意最好的时候 ,连续一个月 ,几乎每天15顶帐篷都被租完。胡华磊说。

作为城区露营的 胜地 ,小漓江成为露营基地的集中地。我是前年开的 ,当时这边只有一两家。露营基地经理张利指着小漓江上下游说 ,现在这片已经开了三四家了。

露营基地不只是数量在增多 ,业务服务模式也在拓展。除了装备出租 ,越来越多的露营基地也会附带其他商品零售 ,甚至提供夜间包场活动 ,例如篝火晚会、唱歌专场、露天电影点映等。

未来 ,我们还将尝试提供专业摄影服务 ,为有拍照需求或对照片要求较高的露营爱好者记录下美好生活。张利说。随着竞争加剧 ,露营市场也在不断创新服务 ,露营经济 也将逐步走向成熟。

融媒记者 胡美樱子

记者手记

轻食概念已深入人心 养成健康饮食习惯任重道远

四月不减肥 ,五月徒伤悲。眼下 ,天气渐热 ,健康饮食、适度运动成为热议话题。在这样的背景下 ,轻食类产品、低脂零食、低卡沙拉等各种花式食品层出不穷 ,总有消费群体愿意为此买单。

轻食消费兴起的背后 ,体现出的是消费者饮食理念的改变。在记者看来 ,这家新开的运动简餐店之所以生

意红火 ,是因为商家经营模式有了升级变化 ,不再是单纯营销自己的运动简餐有多么神奇的减脂效果 ,而是更多引导并分享给消费者一种健康饮食的习惯。

记者认为 ,轻食仅能作为消费者减脂的一种辅助 ,与其研究各类产品背后的成分配料表 ,纠结一份沙拉酱的热量高不高 ,为各类 智商税 食品

买单 ,倒不如调整一日三餐的饮食结构。其实 ,轻食的食材在身边随处可见 ,既容易购买也容易烹饪 ,不需要高超的厨艺 ,养成健康饮食的习惯后 ,自然而然就可以达到减脂目的。这也是曾上进想传递给大家的一种健康生活的理念。