

新型社区烘焙店:家门口的面包房



资料图片

网购、网上订餐,一切日常所需都可以在网上解决,很多年轻人可以在手机上做的事,绝不去现场排队浪费时间。

相比市中心的面包房,开在自家楼下的反而让年轻人感觉亲切又便捷。

房租、人工、原材料、包装等成本每过一段时间就会上涨,门店的利润率很不理想。反而是那些面积不大、位置一般、人手等都投入不多的B类店,反而利润率很可观。这些店也就是新型社区店的雏形,经过专业化的打造,可以激发出更大的潜力。

新型社区店在市场的试验成功,正是烘焙业越来越专业、越来越细分的先驱模范。那么,新型社区店到底长什么样?

综合分析,新型社区店模式是基于传统的社区配送店模式,顺应消费形式的发展变化,并结合各烘焙企业的特色进行创新而产生的新模式。

不同的烘焙企业拥有各自的特质、面临不同的市场,所以打造出来门店的具体表现也会各有差别。但是,在本质上

仍然会有很多共同的特征:

1.新型社区店离不开现烤、新鲜、时尚

时尚、新鲜、年轻化,这是烘焙行业的基因,也是社区店打造的主旨。

打破传统社区店只做配送产品的模式,在新型社区店模式中融入现烤,利用现烤产品的热度为门店引流,提升店面产品的新鲜度。

同时,并不是说社区店就一定要降低档次去迎合顾客,时尚也并不意味着必须得高投入,新型社区店仍然要以年轻人为核心的消费群体,迎合年轻人对时尚的最新理解。

2.与特有资源结合打造专属特色

这也是新型社区店模式的“新”之所在,在传统模式的基础上结合企业自身的特质,或者整合企业拥有的可以与烘焙业相结合的资源,进行微创新,向前迈出一小步,做出新型社区店模式区别于原有模式的差异点。

3.产品操作简单化、重后方轻前方

在新型社区店模式中现烤

的地位非常重要,但是它与传统现烤模式的区别在于,需要强大的后方支持,重后方轻前方。

新型社区店的现烤产品操作简单,现烤产品规划时更多考虑能由工厂统一配送半成品,到店仅需放在烤箱烘烤即可。

新型社区店不设裱花间,生日蛋糕也更是完全依托于配送。

因此,新型社区店一方面消耗了工厂的产能,另一方面大大节省门店的人工、设备、场地等,降低开店的成本投入。

4.产品迎合主食化

新型社区店基于为顾客提供更多的便捷性发展而来,做顾客家门口的面包房,在产品规划上也需要顺应烘焙主食化的趋势,抓住顾客对于烘焙主食类产品的需求,如经典的吐司、餐包、排包等。

在出货时间上,也要了解顾客“早餐晚上买”的消费习惯,合理规划店内各个时段主推的产品。

5.微空间、微设备、微团队

新型社区店能大大降低企业开店的投入,相比传统的80~120平方米现烤模式,40~60平方米的空间足以,再加上位置大多在社区周边的沿街商铺,房租成本大大降低。

不设裱花间,现烤产品大多依托于工厂配送的半成品,因此仅需要必备的烤箱、醒发箱等设备。

门店的运营人数也降到最低,前厅+现烤仅需要3个人,如果实行店长责任制(利润分红),人数还能再减,业绩还能有所保障。 据人民网

行业聚焦

新书店: 打造生活美学空间

历经几年“寒冬”之后,中国实体书店从被网络书店、电子书、手机阅读取代的困境中突围,在政策引导和市场需求的推动下,迎来新一轮突破与转型的契机。据不完全统计,2017年全年新开实体书店超过100家,而目前开在购物中心里的书店品牌有70个左右,它们不仅以颜值取胜,更从运营模式、业态融合、品类创新、主题营造、增值功能等方面进行了多元化创新。

这两年,一些书店采用“书店+”商业形态,以文化输出端口与生活方式引导者的角度立足,既是一个书店,也是一个生活美学的复合式空间,更是一个城市的文化现场。

那么,面对电子阅读的冲击,这些新书店又是如何做的?又该如何打造一个有态度、有氛围、受到顾客喜爱的书店?笔者调查发现,这些新书店给顾客一种“最熟悉的陌生

人”之感;在空间设计上,采大量自然光,使整个空间通透明亮,在门厅过道的位置运用植物,营造自然清新的“自在静”氛围,功能分区合理运用空间,使不同空间能够连通但是不相互打扰,设计上更注重质感与实用性,为商品与体验服务;服务上,新书店中设置了很多免费的空间,让顾客可以在自己喜欢的角落用舒适的姿势阅读,并定时举办各类活动,如艺术品展、文化分享会、读书和观影会、文创商品市集等,消费者除了可以在这里阅读,也可以在这里观赏展览,参与活动。

对于电商和实体店未来的发展趋势,笔者认为:实体店和电商必须结合,这两者都有着不可替代的优势。新书店也要拥抱互联网,发展“实体店+互联网”的模式,线上线下同时进行,齐头并进。

晚综

新茶饮: 瞄准年轻消费群体

近两年,许多网红奶茶店开始走红,而这些新茶饮在掀起热浪的同时,也让更多的消费者走进了店内。

笔者发现,这些新茶饮店选址都在A类购物中心,门店面积平均都在200平米以上,并且在设计风格里融入了对生活美学的理念。目前新式茶饮的消费主力军是年轻人,70%的客群是年轻白领姑娘,可以说不论是门店设计、消费体验、产品创新等方

面都抓住年轻人的喜好。随着消费体验的升级,互联网时代的新茶饮是带着新零售基因的。线上消费,线下体验,多种不同的消费渠道也为顾客提供了不同的消费体验。在这些新茶饮门店,除了茶饮和软欧包,还设置了茶礼盒展示区、现泡茶区等不同功能区域。一方面可以丰富消费者在店内的体验,另一方面是可以带走的茶礼盒”进一步融入顾客生活。 晚综

红百粮八宝粥店开业



开业庆典现场。

本报记者 王培 摄

本报讯(记者 王培)1月13日,位于市区泰山路北段的牛家百粮·红百粮八宝粥店开业,店门前敲锣打鼓,顾客盈门,热闹非凡。

一大早,就有不少顾客前来就餐。店内,各种粥类、包子、菜品等,让市民有了更多

的选择。“素包子都有什么馅儿的”“这一份菜多少钱”不少市民挑选着自己喜欢的饭菜。“我昨天看到宣传单,知道这里今天开业,就过来尝尝。今天腊八,店里的腊八粥免费,挺好的。”市民刘先生说。当天正值腊八节,店内熬

制着浓浓的腊八粥,香甜的味道在空气里弥漫。“我们本着‘净化水、精选粮、多粮熬制更健康’的原则,用葡萄干、黑米、薏米、红豆等多种精选杂粮,精心熬制四个小时,为顾客送上美味营养的粥品。今天开业,正赶上腊八节,来了不少顾客,凌晨准备的八宝粥快送完了,现在正在熬制新的八宝粥。”店内一位负责人说。

记者看到,店内厨房的一面墙是玻璃的,厨师如何操作,厨房内卫生状况如何,尽收眼底。不少顾客表示,在这样的饭店吃饭卫生、放心。该负责人表示:“我们要让顾客看得清楚吃得放心,店里主营早中晚一日三餐,有各种粥、面食、精美菜品等,为顾客提供食材新鲜、营养健康的美味菜品和优美整洁的就餐环境。”

消费曝光台

本栏目接受消费者投诉,对典型案例和不良品牌商家进行曝光,针对行业发展中的弊端,维护消费者合法权益。

电话: 3117156
15839581290



请扫码关注沙澧商圈
微信公众号。