

Sushi w małym i średnim mieście. Czy to ma sens?

Jeszcze do niedawna restauracje sushi były domeną wyłącznie dużych miast. Niszowość kuchni japońskiej, cena potraw i brak wyspecjalizowanych pracowników sprawiały, że przedsiębiorcy w mniejszych miejscowościach woleli inwestować w “pewniaki”, jak pizzerie czy burgerownie. Dziś sytuacja uległa całkowitej zmianie. Sushi bary świetnie radzą sobie na mniejszym rynku, wypełniając lukę na gastronomicznej mapie wielu regionów Polski.

Od kilku do kilkunastu tysięcy mieszkańców – tyle wystarczy, aby założyć KOKU Sushi, rozwijać swój lokal i zarabiać na serwowaniu kuchni japońskiej. Na przestrzeni ostatnich lat ten próg wielkości miasta systematycznie malał, co miało związek z rosnącą popularnością sushi i zmianą przekonań na jego temat. Pandemia, rozwój rynku delivery oraz kanałów marketingu online także dołożyły tu swoją cegiełkę.

W efekcie coraz częściej zgłaszają się do nas przedsiębiorcy, którzy widzą potencjał, jaki niesie za sobą inwestycja w restaurację zlokalizowaną poza głównymi ośrodkami miejskimi. Korzyści? Jest ich całkiem sporo. Omówimy 5 kluczowych z perspektywy przyszłych franczyzobiorców.

1. Wykorzystujesz powiew nowości

Kiedy KOKU Sushi wchodzi do mniejszych miast, częstą reakcją gości jest stwierdzenie: “Nareszcie coś innego!”. Ograniczony rynek sprawia, że żadne otwarcie nie pozostanie bez echa i będzie sporym wydarzeniem wśród osób, które lubią jeść na mieście lub zamawiać na wynos. Kolejna pizzeria z pewnością nie zrobi takiego wrażenia jak restauracja sushi o nowoczesnym wystroju, ze świetnym, różnorodnym menu, sezonowymi wkładkami i przemyślaną strategią promocyjną. Dzięki temu w krótkim czasie lokal jest w stanie dotrzeć z przekazem do okolicznych mieszkańców i zainteresować ich swoją ofertą. W dużym mieście, z silną konkurencją i bogatym wyborem, sytuacja jest nieco trudniejsza.

2. Budujesz lokalną, silną społeczność gości

To kolejna korzyść wynikająca z wejścia na mniejszy rynek. Jeśli mamy świetne produkty, szybko zbudujemy grono stałych bywalców, którzy staną się nieformalnymi ambasadorami marki wśród swoich znajomych. Ważnym kanałem w tym kontekście są media społecznościowe. Podtrzymywanie zainteresowania poprzez cykliczne akcje, konkursy czy promocje, proporcjonalnie przekłada się na ruch w restauracji. Do tego dochodzi poczucie swojego rodzaju wspólnoty miłośników sushi, którzy chętnie poznają nowe smaki, czekają na kolejne propozycje w karcie menu, a kuchnia japońska towarzyszy im podczas różnych okoliczności, np. spotkań rodzinnych czy świąt.

Sushi w małym i średnim mieście. Czy to ma sens?

3. Ograniczasz koszty

Czynsze i opłaty za wynajem są z reguły niższe poza aglomeracjami. Podczas poszukiwania lokalu do kupna lub na wynajem nasi franczyzobiorcy często trafiają na świetne okazje w atrakcyjnych lokalizacjach. Dzięki temu są w stanie ograniczyć koszty stałe. W przypadku KOKU Sushi w standardowej wersji, powierzchnia lokalu powinna wynosić od 70 do 100 m kw. Gdy mówimy o KOKU Sushi Point, do prowadzenia działalności wystarczy już 40 m kw. Najlepsze miejsca do prowadzenia restauracji to centra miast oraz duże osiedla mieszkaniowe.

4. Nie czujesz oddechu konkurencji

Sushi bary w mniejszych miastach nie muszą zmagać się z tak rozbudowaną konkurencją. Nawet jeśli na okolicznym rynku funkcjonują inne punkty specjalizujące się w kuchni japońskiej, to działanie pod szyldem rozpoznawalnej sieci na starcie buduje zaufanie gości. Warto w tym kontekście wspomnieć o marketingu działającym na poziomie całej franczyzy. Dedykowane grafiki, zdjęcia, filmy, akcje promocyjne, festiwale smaków i sezonowe wkładki – to wszystko wpływa na postrzeganie restauracji, zwiększając jej atrakcyjność w oczach mieszkańców.

5. To działa! I mamy na to konkretne przykłady

Obecnie pod szyldem KOKU Sushi działa 48 restauracji w całej Polsce. Wśród miast znajdziemy Warszawę, Kraków, Białystok czy Katowice, przez średniej wielkości ośrodki, jak Legnica, Bolesławiec czy Leszno, aż po Lubań, Lubliniec czy Komorniki. Nasi rekordziści to Wysogotowo, działające przy 1 tys. mieszkańcach. Nasz koncept jest uniwersalny i trafia w potrzeby gości bez względu na miejsce zamieszkania.

Masz na oku ciekawą lokalizację dla sushi baru? Widzisz potencjał w swoim mieście? Skontaktuj się z nami! Chętnie porozmawiamy o twoim pomysle i doradzimy ci wybór najlepszej opcji.