vinetur

इंग्लैंड के नॉर्वे के खिलाफ मैच में पब ऑर्डरों में बोतलबंद Peroni सबसे आगे रहा

Access Hospitality ने पाया कि बोतलबंद लेगर की बिक्री ड्राफ्ट बीयर से 49% अधिक रही, जबकि टूर्नामेंट की सबसे व्यस्त रातों में से एक पर Prosecco ने सबसे अधिक बिक्री मूल्य दर्ज किया।

बुधवार, 15 जुलाई 2026



शनिवार को नॉर्वे के खिलाफ इंग्लैंड के विश्व कप मैच से जुड़े पब डेटा से पता चला कि पेय ऑर्डरों में बोतलबंद लेगर सबसे आगे रहा, और खेल के दौरान 330ml की Peroni बोतलें सबसे अधिक खरीदी गई वस्तुओं की सूची में शीर्ष पर रहीं।

ये आंकड़े Access Hospitality से आए, जिसने कहा कि उसने मैच के बाद अपने सबसे बड़े EPOS ग्राहक से जुड़े यूके पब बुकिंग्स के खरीद डेटा का विश्लेषण किया। कंपनी ने कहा कि ये नतीजे इस बात की झलक देते हैं कि टूर्नामेंट की सबसे व्यस्त पब रातों में से एक पर फुटबॉल प्रशंसकों ने क्या खाना-पीना चुना।

विश्लेषण के अनुसार, बोतलबंद Peroni शाम का सबसे अधिक ऑर्डर किया गया एकल पेय था। ड्राफ्ट Peroni दूसरे स्थान पर रहा, लेकिन बोतलबंद Peroni की बिक्री ड्राफ्ट बिक्री से 49% अधिक थी। बोतलबंद Corona व्यक्तिगत पेय ऑर्डरों में तीसरे स्थान पर रही, जिससे रात भर लेगर के दबदबे की पुष्टि हुई।

Access Hospitality ने कहा कि कुल मिलाकर पेय श्रेणियों में लेगर सबसे बेहतर प्रदर्शन करने वाली श्रेणी रही, जिससे संकेत मिलता है कि पबों में मैच देखने वाले समर्थकों की पहली पसंद बीयर ही बनी रही। साथ ही, डेटा ने बीयर से परे व्यापक मांग की ओर भी इशारा किया। जिन एंड टॉनिक रात का चौथा सबसे अधिक ऑर्डर किया गया पेय रहा, और मात्रा के हिसाब से स्पिरिट्स दूसरी सबसे बड़ी पेय श्रेणी थी।

बड़े खेल आयोजनों के दौरान पब संचालकों के लिए यह मिश्रण महत्वपूर्ण है, जब मांग तेजी से बदल सकती है और अलग-अलग खर्च करने की आदतों को पकड़ने के लिए सेवा की गति के साथ पर्याप्त विविधता का संतुलन बनाना पड़ता है। कंपनी ने कहा कि आंकड़े बताते हैं कि फुटबॉल भीड़ अब भी भारी तौर पर लेगर की ओर झुकती है, लेकिन कई ग्राहकों ने स्पिरिट्स, स्पार्कलिंग वाइन और स्टिल वाइन भी चुनी।

मूल्य के लिहाज से, Prosecco ने बोतलबंद बीयर की तुलना में कम यूनिट बिकने के बावजूद हर दूसरे पेय आइटम से बेहतर प्रदर्शन किया। Access Hospitality ने कहा कि बोतलबंद Peroni की तुलना में 248.8% अधिक यूनिट Prosecco की बिकीं, फिर भी Prosecco ने 87.6% अधिक बिक्री मूल्य उत्पन्न किया। Rosé में भी ऐसा ही पैटर्न दिखा। बोतलबंद Peroni की बिक्री Rosé से 300.7% अधिक यूनिट रही, लेकिन Rosé ने 78.1% अधिक बिक्री मूल्य दिया।

मात्रा और मूल्य के बीच यह अंतर बड़े टेलीविज़न स्पोर्ट्स इवेंट्स के दौरान ब्रिटिश पबों में एक परिचित गतिशीलता को उजागर करता है। कम कीमत वाले, तेजी से बिकने वाले पेय अक्सर यूनिट बिक्री में हावी रहते हैं, जबकि स्पार्कलिंग वाइन, वाइन और मिक्स्ड ड्रिंक्स प्रति ऑर्डर राजस्व में अधिक योगदान दे सकते हैं। संचालकों के लिए, इससे टूर्नामेंट मुकाबलों के दौरान स्टॉक स्तर, स्टाफिंग और प्रमोशन संबंधी फैसले प्रभावित हो सकते हैं।

खाद्य ऑर्डरों ने भी मैच-रात की पीने की रफ्तार को दर्शाया। Crisps और nuts सबसे लोकप्रिय विकल्पों में शामिल थे, जो ऐसे त्वरित स्नैक्स की मांग की ओर इशारा करते हैं जिन्हें सीट छोड़े बिना या खेल के अहम क्षण मिस किए बिना खाया जा सके। कंपनी के विश्लेषण के अनुसार, अधिक पारंपरिक बैठकर खाए जाने वाले भोजन के ऑर्डर अपेक्षाकृत कम रहे।

यह पैटर्न लाइव स्पोर्ट्स प्रसारण के दौरान पब के व्यापक रुझान से मेल खाता है, जहां ग्राहक अक्सर ऐसे भोजन को तरजीह देते हैं जिसे साझा करना आसान हो और जिसमें इंतजार कम करना पड़े। Crisps और nuts जैसे स्नैक्स को स्थल तेज़ी से परोस सकते हैं और ये बीयर, स्पिरिट्स या वाइन के साथ आसानी से मेल खाते हैं। किकऑफ से पहले और हाफटाइम में भारी भीड़ संभाल रहे पबों के लिए, ये आइटम रसोई पर दबाव भी कम कर सकते हैं।

Access Hospitality की प्रबंध निदेशक Champa Magesh ने कहा कि ये आंकड़े दिखाते हैं कि बड़े फुटबॉल मैच पब कारोबार को कितनी मजबूती से प्रभावित करते हैं। Magesh ने कहा, “ये आंकड़े दिखाते हैं कि बड़े फुटबॉल पल पबों के लिए कितने शक्तिशाली होते हैं। Lager अब भी आगे है, लेकिन gin and tonics, prosecco और wine जैसे पेयों की लोकप्रियता बताती है कि ग्राहक इस मौके का जश्न मनाते समय विविधता भी पसंद करते हैं।”

Magesh ने आगे कहा कि रीयल-टाइम बिक्री जानकारी टूर्नामेंट आगे बढ़ने के साथ स्थलों को स्टॉक और सेवा योजनाओं में समायोजन करने में मदद कर सकती है। उन्होंने कहा, “हमारी अंतर्दृष्टि रीयल-टाइम डेटा का उपयोग करके स्टॉक प्रबंधन पर त्वरित निर्णय लेने के मूल्य को दर्शाती है, जो टूर्नामेंट के शेष हिस्से में ग्राहकों की सबसे अधिक चाही जाने वाली चीजें उपलब्ध कराकर स्थलों को राजस्व अधिकतम करने में मदद करेगी।”

Access Hospitality, The Access Group का हिस्सा है और हॉस्पिटैलिटी व्यवसायों के लिए सॉफ्टवेयर और प्रबंधन उपकरण प्रदान करती है। कंपनी का कहना है कि वह यूनाइटेड किंगडम में 45,000 से अधिक हॉस्पिटैलिटी साइट्स और दुनिया भर में 100,000 से अधिक स्थलों के साथ काम करती है।

यह डेटा इंग्लैंड के पब कारोबार में एक हाई-प्रोफाइल अंतरराष्ट्रीय मुकाबले के दौरान प्रशंसकों के खर्च का एक सीमित लेकिन उपयोगी दृश्य प्रस्तुत करता है। यह संकेत देता है कि बड़े फुटबॉल नाइट्स पर बोतलबंद लेगर अब भी मौके का केंद्र बना रहता है, लेकिन प्रीमियम स्पार्कलिंग वाइन, वाइन और मिक्स्ड ड्रिंक्स राजस्व में अनुपात से कहीं अधिक महत्व

रख सकते हैं, जबकि स्क्रीन पर ध्यान टिके रहने पर साधारण बार स्नैक्स अब भी पूरे भोजन से आगे रहते हैं।