

大衆居酒屋、ファンづくりで新店オープン!

背景

某チェーン居酒屋から独立した店長が新たにオープンした大衆居酒屋。居酒屋が密集する駅前から5分ほど離れている。店舗づくりから集客まですべてゼロからのスタートだが、アイデアマンでもある経営者は、それを楽しんでやっている。

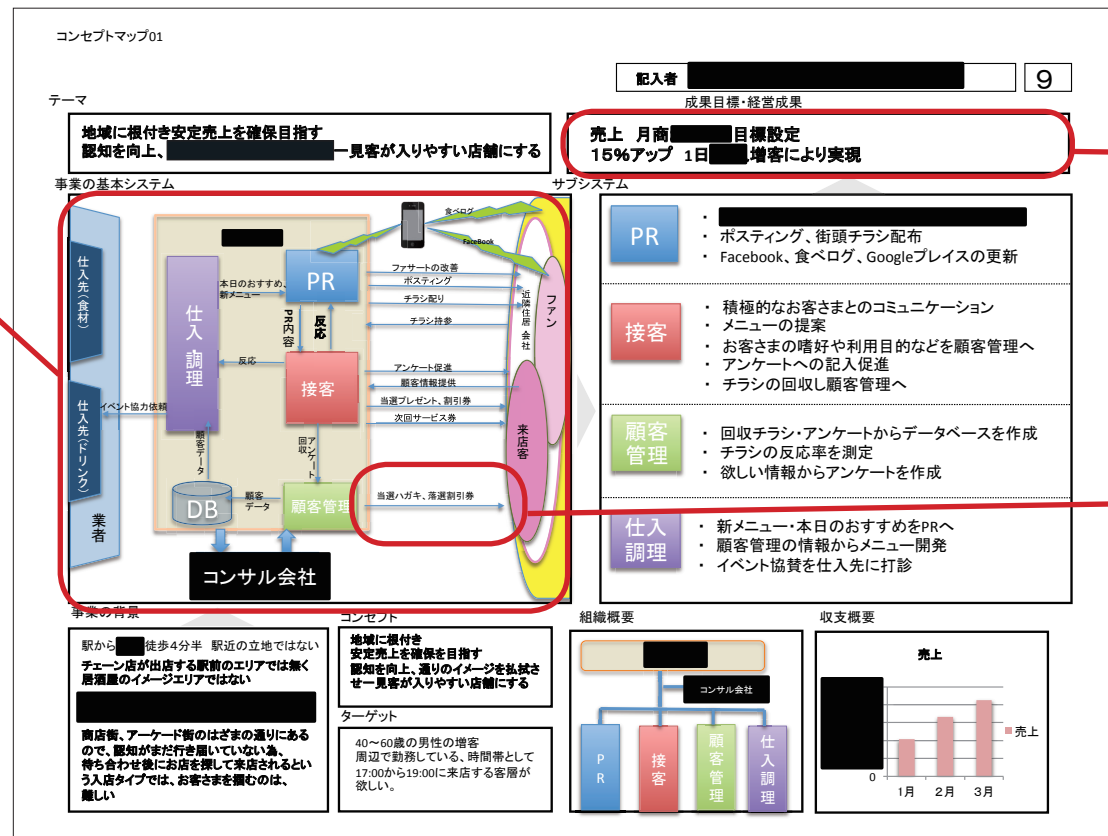
オープン当初はやはり暇な日が続き、裏のパチンコ店からの流れを期待しつつ、当てが外れるなど紆余曲折もあった。しかし、地道にチラシ配りやポスティングを続けたり、店頭のレイアウトを一見客が入りやすいよう変更するなど認知度アップに力を入れているうちに、徐々に来店客も増加していく。

ポイント

開店前にはプレオープンレセプションを行ったり、再来店を狙ってボトルプレゼントキャンペーンを実施した。日替わりメニューを毎日用意し、手書きで掲載するなど、これらも面倒と思わず楽しみながら行っている。店内は手書きPOPで溢れており、賑やかである。

3ヶ月も経つと、そのエリアで最も集客できる居酒屋となり、目標売上を軽く1.5倍達成。10ヶ月後には2店舗目をオープンし、さらにその2年後には3店舗目もオープンした。

若いスタッフのみで、手作り感満載な店舗であるため、コンサル会社が入っているには見えませんが、当店も、コンサルを入れていることは内密にしたいとのこと。
飲食店は比較的、売上げやすいので、飲食店特化のコンサル会社もあるほどだ。
ポスティングやチラシ配布、次回割引券など、アナログツールはまだ強い。



「1日●●人の増客で売上達成が実現」という具体的な目標が素晴らしい。「あと10万円」よりも、「あと10人」の方が、集客するためのPTも組みやすいケースが多い。

来店客へは積極的にコミュニケーションをとり、アンケートを実施。記入者には抽選でボトルがプレゼントされるというキャンペーンを行った。このイベントにより名簿を獲得できることや、ボトルプレゼントにより同伴での再来店が見込める。

テーマ

地域に根付き安定売上を確保を目指す

認知を向上、

お仕事帰りの方もカップルも女性お一人様もファミリーも、

気軽に気楽に一杯！焼きとり100円、おでん100円！

内的環境

- 低価格で味も評判が良い、
アイデアマンの経営者なので新メニューや本日のおすすめも豊富
- 行動力があり、提案したポスティングも実施
- 中年男性の世代割合が高く、その世代のシェアを得た
- 地域へのポスティングの効果か、金曜日より土日の売上が高い
平日に周辺で勤務のサラリーマンを呼び込むマーケティングが必要

事業方針の基本的な狙い

中高年男性をターゲットにその層の増客を目指す、
来店客に『いいね！！』をもらい、継続的な情報発信でリピートへと繋げる
ターゲットを頻客化させるメニュー開発を進める。

周辺で勤務しているサラリーマンへの認知度をアップさせる。
チラシ配布など、集客活動を確実に行っていけば確実に売り上げを伸ばす。

ウィークデーの利用を増加させ、
帰宅時電車を乗る前に立ち飲みで軽く飲んでいく、そんなお客さまをつかみ
次回は、奥でゆっくり飲んでもらう

リピート客、新規客の同伴、紹介・口コミを増加させる。
その方程式を作りたい。

外的環境

駅から徒歩4分半 駅近の立地ではない

チェーン店が出店する駅前のエリアでは無く居酒屋のイメージエリアではない

商店街、アーケード街のはざまの通りにあるので、認知がまだ行き届いていない為、
待ち合わせ後にお店を探して来店されるという来店タイプでは、お客さまを掴むのは、
難しい

成果目標・経営成果

売上 目標設定

現状 月実績)

平日	現状	人	▶	人
土曜	現状	人	▶	人
日曜	現状	人	▶	人

目標 15%アップ
1日 増客により実現

基本戦略 方向性

シェアを得た

40～60歳の男性の増客を目指す

・メインメニューを焼き鳥、おでんと設定しているので、
このメニューでじっくりハマるのは中高年男性となる、
結果もそのように出た。

・新メニューは随時検討が必要だが、
他の世代への新メニュー提案よりニーズのある世代への
対応を重点におく

顧客データベースを構築するため

アンケートを実施、アンケートをイベント化してより多くの
回収を目指す

FaceBookを登録してくれるファン化してくれた顧客
中高年世代にあまりアレルギーは無く、現状の登録者も
年齢層が高い。新メニュー、本日のおすすめ、お得情報
を配信しリピートは確実に確保する

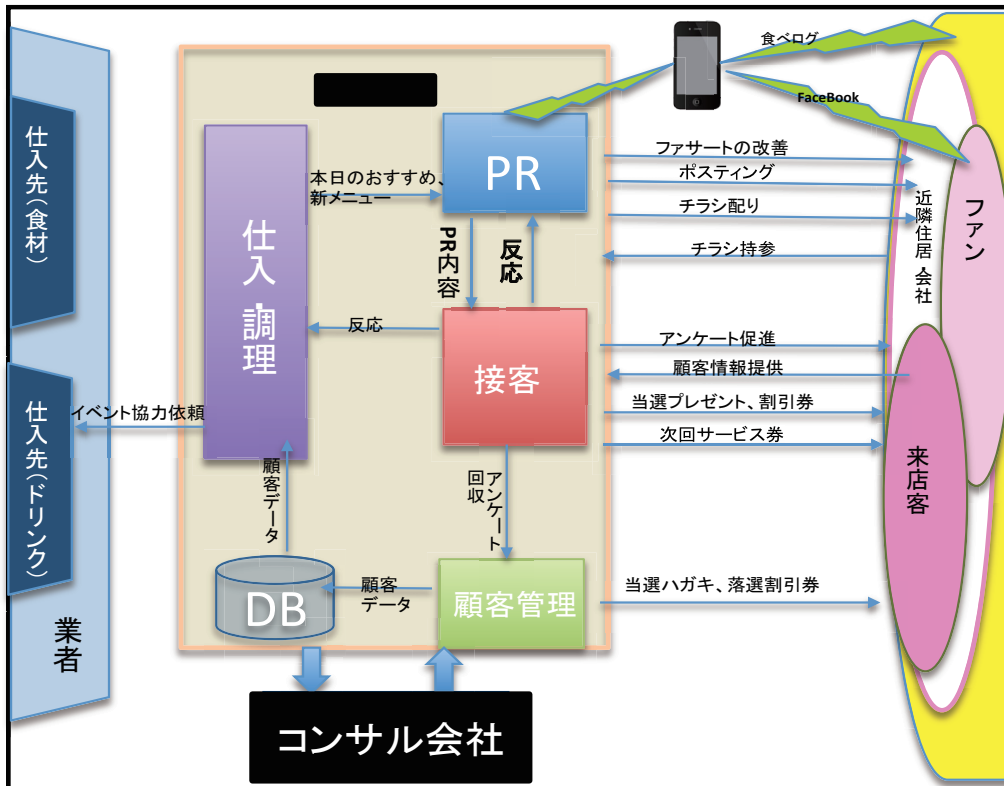
テーマ

地域に根付き安定売上を確保目指す
認知を向上、XXXXXXXXXX 一見客が入りやすい店舗にする

売上 月商 XXXXXXXXXX 目標設定
15%アップ 1日 XXXXXXXXXX 増客により実現

事業の基本システム

サブシステム



PR	<ul style="list-style-type: none"> ・ XXXXXXXXXX ・ ポスティング、街頭チラシ配布 ・ Facebook、食べログ、Googleプレイスの更新
接客	<ul style="list-style-type: none"> ・ 積極的なお客さまとのコミュニケーション ・ メニューの提案 ・ お客さまの嗜好や利用目的などを顧客管理へ ・ アンケートへの記入促進 ・ チラシの回収し顧客管理へ
顧客管理	<ul style="list-style-type: none"> ・ 回収チラシ・アンケートからデータベースを作成 ・ チラシの反応率を測定 ・ 欲しい情報からアンケートを作成
仕入調理	<ul style="list-style-type: none"> ・ 新メニュー・本日のおすすめをPRへ ・ 顧客管理の情報からメニュー開発 ・ イベント協賛を仕入先に打診

事業の背景

駅からXXXXXX徒歩4分半 駅近の立地ではない
チェーン店が出店する駅前のエリアでは無く
居酒屋のイメージエリアではない

商店街、アーケード街のはざまの通りにある
ので、認知がまだ行き届いていない為、
待ち合わせ後にお店を探して来店されるとい
う入店タイプでは、お客さまを掴むのは、
難しい

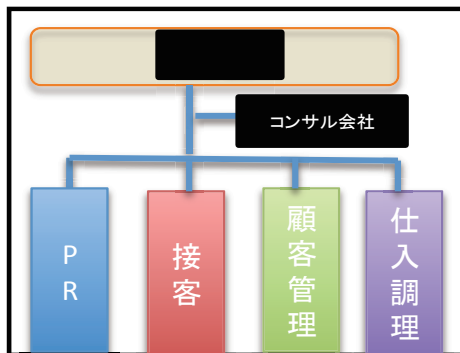
コンセプト

地域に根付き
安定売上を確保を目指す
認知を向上、通りのイメージを払拭さ
せ一見客が入りやすい店舗にする

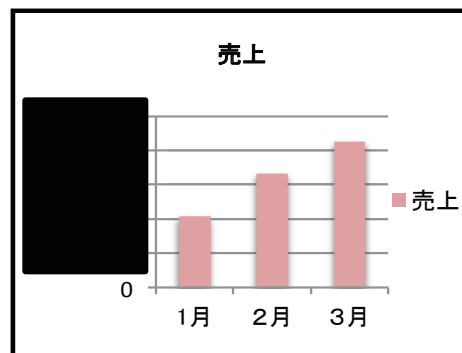
ターゲット

40～60歳の男性の増客
周辺で勤務している、時間帯として
17:00から19:00に来店する客層が
欲しい。

組織概要



収支概要



テーマ
店舗への認知アップ、新規客を獲得しリピート客へ

今回の目標
新規客に来店してもらうチラシ、再来店へのチケット、ファン化して頂くサイト、FaceBookの活用

顧客		START	事業体					
顧客心理段階	顧客状況		業務 (何をするか)	担当 (誰がするか)	ツール 情報	費用 (いくらか)	段階目標 (どう見積もるか)	備考 (留意すべきこと)
事前準備	お店の存在を まだ知らない XXXXXXXXXX		チラシづくり	店長	発色のいい黄色で、 目立つチラシづくり 情報は簡潔に、最低限に絞る 地図、目玉商品価格	チラシ おおよそ 7500円	1%のリターン	シンプル
認知	新しいお店が 出来たんだ！！ このチラシで 人数分500円割引！！	← ポスティング ← チラシ配布	近隣への ポスティング アーケード、 商店街での チラシ配布	店長、バイト	エリアを絞ってポスティング 店舗の通りの両脇が、駅からの 導線でアーケード街、商店街と 人通りが多い			エリア別の反応が 分かるようにする ターゲットを絞りチ ラシは配布
関心	おでん 100円！！ 焼き鳥 100円！！ XXXXXXXXXX 『安い！！』	→ 興味	価格の維持 メニュー開発	料理長(社長)	入り口商品のリーズナブルな ものから、味や、雰囲気を入 れこめよう 店舗前でも目玉商品などを宣伝			基本は変更せず、 新しさ、旬のメ ニューの開発が必要 ここに来ればコレ という看板商品の 必要性
記憶	どこにあるのかな？ 今度行ってみよう！	← googleプレイス ← 食べログ	情報の更新	料理長(社長) 店長	Google アクセス数の確認	無料		出来るだけ分かり やすく、反応を見 てメンテナンスして 行く
行動	仕事帰りに行ってみよ う。友人との飲み会の約 束あの店を使ってみよ う！！	→ 来店 ← 次回割引チケット	笑顔での最高の 「おもてなし」 FaceBookへの誘導 コミュニケーション	店舗全員	積極的なコミュニケーションをは かり好みや嗜好、所属、団体な どを聞き出し提案・施策情報を取 る。口コミの誘導	チケット おおよそ 7500円		店内アンケートで のデータベース構 築が今後は望まし い
リピート	本日のおすすめメニュー 新メニュー がいい感じ 前回買った、割引チケッ トを利用しよう。	← FaceBook → 再来店	FaceBookタイムライ ンの更新 リピート客への対応 従業員への周知	料理長(社長) 店長 店舗全員	季節のもの、旬のもの、珍しいも のが入荷出来ればのせて行く 次回への引き続きの誘導で新し いチケットをお渡し	チケットおおよそ 7500円	10%リピート	

END/CONTINUE

スケジュール

記入者

21

テーマ 地域に根付き安定売上を確保目指す

1日 増客を目指す

分類	項目 細項目	行動目標	時間の経過 (月毎、年毎、期毎…)			
			4月(実施中)	5月(実施中)	6月(実施中、後)	7月(実施中、後)
ポスティング チラシ配布	ポスティング	ポスティング用チラシ作成	[4月後半]			
		特典・掲載メニュー検討	[4月前半]			
		近隣へ投函	[5月]	[6月]	[7月]	
	チラシ配布	街頭配布用チラシ作成	[4月後半]			
		特典・掲載メニュー検討	[4月前半]			
		近隣へ投函	[5月]	[6月]	[7月]	
Facebook ファンへの 情報発信	いいね！募集	店舗内にPOP、ポスターで広告	[4月後半]			
	いいね！募集	POP,ポスター作り	[4月後半]			
	情報配信	より旬な情報を配信する	[4月後半]			
アンケート 抽選イベント	台紙	アンケート内容	[5月]			
	特典	抽選 特典の選定	[5月]			
	店内設置	来店客に促進	[5月後半]			
		店舗内にPOP、ポスターで広告	[5月後半]			
ファサートの 改善	入口	一見客の入りやすい入口	[5月]			
	店内	お祭りの様な楽しくなる雰囲気	[5月後半]			
	立ち飲み席	立ち飲み客が利用しやすい環境	[5月後半]			
備考						