

コンセプトワーク

①ペルソナ(現実的に・先入観を捨てて)

☐年齢/性別/身体的特徴

☐収入/貯金/家

☐家族構成

☐最終学歴/社会的地位

☐都会/田舎/距離

☐社会環境/世代的環境

☐通信手段

☐平日の行動/休日の行動

☐趣味/結婚観/嗜好性

☐価値観

②メニュー

1. 専門店的の品揃え

2. 主力の強化
理性
本能

3. 晴れの日商品(旬)

8. 専門店的の印象付け

売り商品画像

4. サイドメニューの品揃

7. 飲む楽しさ

6. 食の演出=シズル感

5. コースメニュー

③価格設定(中心皿単価より逆算)

客単価

新規客単価

常連客単価

客単価の設定方法

客単価

=

中心価格帯

×

6倍

売上(月商)

①良い場合

②妥当ライン

③悪い場合

⑧サービス

作業ベースのサービス

①

②

③

意識ベースのサービス

①

②

③

〇〇が〇〇で〇〇を楽しめる〇〇居酒屋

メインターゲットの画像

コメント

①商品テーマ

②利用動機

③ターゲット

④自社の強み

④ブランドネーミング(店名商品名)

店名(冠名)とフォーカスカテゴリーが連動

主力商品名、商品の特徴を冠名に使用し、自店のコンセプトをお客様に分かりやすく伝える

⑦販促政策

積極的に新規客を獲得し、固定客化を図る

①新規客獲得のための販促の実施

1)

2)

3)

②リピート客獲得のための販促の実施

1)

2)

3)

⑥食事本能を刺激する売場づくり

入店～着席

①

②

③

着席～飲食

①

②

③

会計～退店

①

②

⑤入しやすい店頭づくり

新規客が安心して入る事ができる店頭づくり

①

②

③

④