

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え
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(中心価格帯より逆算)

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

○○が○○で○○を楽しめる○○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入りやすい店頭づくり

新規客が安心して入る事ができる店頭づくり

- ①
- ②
- ③
- ④