

過去、店長向けセミナーでいただいた感想を一部ご紹介します！



2017年12月・2018年2月・12月と過去3回にわたり、店長向けのセミナーをさせて頂きました。述べ144名の方にお越し頂き感想を頂いております。

質問：講座内容について参考になった点、ご意見ご感想をお聞かせください。

＜九州地方 H. Y様＞

- ・一番商品、主力カテゴリーを、どのような形で(戦略で)お客様に提案するか的重要性
- ・差別化の重要性 → 何を実感、体感させることが大事なこと
- ・主力カテゴリーを伸ばすことが、店舗の活性化や売上につながる
- ・本日一番あらたな感覚だったことは差別化をすること。一部のフレームやオペレーション、仕組みなどで、やはり妥協してはダメ。基本の形、普通になってはダメ。一度したのに元に戻す傾向と、全てにおいてマイナスしかないなと思いました。

＜関東地方 S. N様＞

同じ商品でも、他店に負けない、差別化商品を作ることも大事なこと。改めて、気づくことが出来た。おすすめの商品のイメージの仕方など、店内POP、店頭など、また店に返したり、お客様目線になって、気づいていくことがあった。

＜関東地方 Y. S様＞

今回初めて勉強会に参加させて頂き、差別化を強く意識することが差別化になり、繁盛店を作ることが分かった。で、自分のお店の一番商品も強めて、いかに重要だった。

会社で商品開発会議を始めたので、今日のことを実践していくよう取り組みます。

＜北陸地方 K. N様＞

勉強会が講座、大変おもしろかったです。心理的な事や、現状の認識、実践に至るまで、かなりいい講座でした。商品資料もかなり詳しく、要点がまとめられて良かったです。

＜北陸地方 N. M様＞

本日の講座での五感マーケティングでの内容を利しました。食感、視覚、嗅覚、聴覚、触覚で想像させるというお話を、料理の味意外のお客様の満足度の促進にもつながっていると、非常に為になりました。後、メニューブック一つで現状の変化も、数値コントロールという点も、お店の体感で決まると。

先着80名様限定募集！



集客商品づくり 売上アップ接客術

実践講座

「この講座は
集客商品づくりと売上アップ接客術を現場に落とし込み、
売上アップを実現するための講座です。」

▼この講座で得ることができるもの▼

- ①売上アップにつながる「一番商品の作り方」
ものまねでOK！日本全国の一発商品10連発！！
- ②「入店第一印象」で差別化を伝える方法
ものまねでOK！どんなお店でもできる小さな市場づくりと日替りおすすめメニュー！
- ③「おいしさ説明」の徹底で他店を引き離す方法
本邦初公開！「おいしさ説明」を現場に落とし込むための3ステップ！



五感刺激 マーケティング®は「成長市場」をわしづかみにする

（株）五感コンサルティンググループ （株）骨太経営 （株）シズル （株）バリュー （株）フードボロス

「青いりんご」・・・未完成であれ（成長、挑戦を続けます）
「青い星」・・・成長市場（新しい成長市場をわしづかみにします）

お問い合わせ先 TEL:06-6829-7853 ヒラマツ・オオタ

店長次第で売上は2～3割変わる！！

店長のための集客商品づくり・売上アップ接客術 実践講座

他の店長セミナーとの「違い」（学ぶだけでは終わらせない！）

1）五感刺激マーケティング®を学ぶ



売上を上げる！**マーケティングに特化した講座内容**です。しかも、安売りや販促といった小手先のテクニックではありません。お客様の五感を刺激して、継続的に伸び続ける売上アップノウハウです。

2）スライド・動画が盛りだくさん



難しい理論は一切ありません。スライド・動画を使って全国の成功事例を解説します。中には**ものまねするだけで良い内容**もあるので、必ず現場に落とし込めます。

3）自店に落とし込む

差別化構築のための質問

Q1 貴店は、どのような商品で差別化を図っていますか？
（得意な商品・サービス、競合との違いなど）

Q2 貴店は、どのようなサービスで差別化を図っていますか？
（接客態度、店内環境など）

Q3 貴店は、どのような価格で差別化を図っていますか？
（価格帯、割引など）

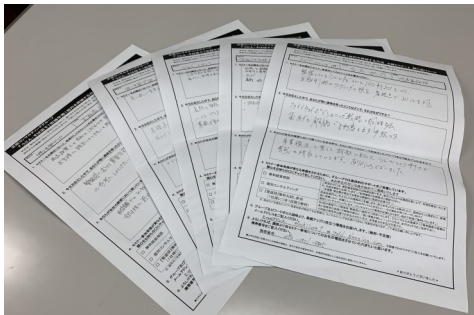
Q4 貴店は、どのような場所・時間帯で差別化を図っていますか？
（立地、営業時間など）

Q5 貴店は、どのようなメニューで差別化を図っていますか？
（定番メニュー、季節メニューなど）

講座で話した業績アップノウハウを自店にどう落とし込むかその場で考えてもらいます。

内容を忘れないうちに、落とし込むことで行動につながります。

4）店長が書いたアンケートを社長宛てに郵送します

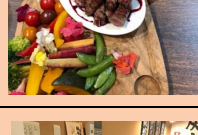


講座終了後に、「自店ですぐに取り組みたいこと」などをアンケートに記入してもらいます。

その**アンケートを社長宛てに郵送します**ので、それを基に会社で取り組んでください。

◎講座紹介 2019年7月10日（水） 【東京】オフィス東京 13時00分～16時00分

《今回のテーマ》 集客商品づくりと売上アップの接客術を習得する

講座内容		講師
写真・スライド・解説	売上アップにつながる「一番商品」とその売り方 1.一番商品とは、売れ筋かつ差別化できる商品である 日本全国が一番商品10連発！一番商品の共通点はコレだ！ 2.鮮度という「属性一番」で集客力は高まる！ 鮮度特化のメニューブックとは？ 3.一番商品の出数を徹底的に伸ばす方法とは？ メニューブックと店内告知のやり方 <ケーススタディ> 自店の新しい一番商品は何にしますか？そして、それをどう売りますか？	    (株)バリュー 木下尚央之
	「鮮度感」の伝わる売場づくりと差別化を伝える「おいしさ説明」 1.入店第一印象で「鮮度感」を伝える！小さな市場づくりの成功事例 2.「おいしさ説明」だけで売上はグングン伸びる！そのやり方とは？ 3.本邦初公開！「おいしさ説明」を現場に落とし込む3ステップ <ケーススタディ> 自店の入店第一印象をどう変えますか？ おいしさ説明の落とし込みをどのように進めますか？	   (株)フードボロス 湖崎一義

【参加対象者】

- ・今、店長をしている方
- ・これから店長を目指す方
- ・店長を指導する立場の方
- ・マーケティング担当の方

【講師紹介】



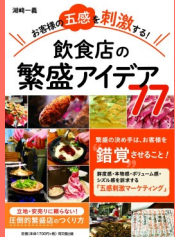
(株)バリュー
代表取締役
きのした なおゆき
木下尚央之

既存店の活性化、新店開発の支援など飲食店経営全般に精通しているが、特にメニューマーケティングを基にした活性法は投資対効果が高く、その手法でよみがえった店舗は全国に数多い。



(株)フードボロス
代表取締役
こざき かずよし
湖崎一義

飲食マーケティング専門のコンサルタント。コンサルタントとしては15年以上の経歴を持ち、顧問契約件数は100社以上、全国の企業の業績UPに従事。既存店の業績UPはもちろん新店開発でも営業利益率20%以上の繁盛店づくりを実現している。



無料メルマガやっています。

『繁盛のヒントと事例』

クライアント先の成功事例や繁盛店のポイントなどを配信しております。

