



お店を知らせる視点

飲食店の経営改善(3)

中小企業活力向上オンラインセミナー
運営管理分野

中小企業活力向上プロジェクト実行委員会事務局



プロモーション実施のポイント

既存顧客や新規顧客などの“誰”に
向けて行うかと、客単価アップや顧客へ
の
認知などの“目的”を明確にする



店頭や店内プロモーションのチェックポイント

多少遠くから見ても、そこに飲食店があることが認識できる

看板や店外メニューなどは通行人の足を止め、来店を促すものになっている

初めての人から見ても、ある程度入りやすい店である

店内のメニューは綺麗で選びやすいものになっている

店内にて店の売りをアピールするなど、次回の来店につなげる工夫をしている



認知やリピートを促すためのチェックポイント

地域紙への掲載など、新たなお客様に知ってもらうための広告宣伝を実施している

プロモーションに積極的にインターネットを活用している

既存客の顧客名簿が整理されており、ダイレクトメールなどで来店を促している

ポイントカードやサービス券などの顧客のリピート化を促す取り組みを行っている

店主催のパーティーや料理教室など、顧客を組織化する取り組みを行っている



実際に飲食店の経営改善に取り組みたい

ご利用は
無料です

企業診断
・ 経営相談

中小企業活力向上プロジェクト

東京都内の商工会・商工会議所の経営指導員
と中小企業診断士が貴社をお訪ねし、企業診
断を行ったうえで経営力向上のためのアドバ
イスをさせていただきます。



詳しくは
こちらから

