

お客はもっと 増やせます。

本書では、中小の飲食店を専門に指導する著者が気づいた一部の繁盛店だけが取り組んでいる「商圏内の特定の来店動機で一番になる自店のブランド化」と「DM活用法」の2つを中心に、無理せず繁盛店を目指す方法を紹介します。

さらにお店が陥りがちな集客の失敗例と、その打開策を40ページにわたり、マンガで紹介。読みやすく、分かりやすい一冊です。

「25人に1人の店長しか気づいていない
お客様の集め方・増やし方」
土屋 薫 著

192ページ
価格：1,620円（税込み）
ISBN：978-4-8222-7336-1
発行元：日経BP社
発行日：2014年9月22日

25人に1人の
店長しか
気づいていない
お客様の集め方・
増やし方

集客UP塾代表 土屋 薫

お客はもっと
増やせます

ベストセラー
「[1回きりのお客様]を
[100回客]に育てなさい」
著者・高田靖久氏推薦

料理をおいしくするの？ 違います
値段を安くするの？ 違います
これ以上、接客を頑張るの!? 違います
一度来たら、
「忘れられない店」になることです

第1章 忘れられない 店になろう

「〇〇ならあの店」と言われよう
あなたの「考え方」や「姿勢」がブランドを作る
お客の利用動機の中から一番になれるものを探す
顧客情報は席数の20倍集めよう
DMの目的は店を忘れさせないこと
ネット上での情報発信のコツ
来店客にまた来てもらう3つのポイント
販促の効果が出るまで、半年間は我慢を
上客が喜ぶ商品を考えよう
[コラム]お客を減らさずに「値上げ」するには

第2章 ケースで学ぶ 商圏内で 一番になる方法

顧客アンケートをヒントにブランド確立
競争相手が少ないテーマでブランドを作る
口コミを生みやすい記念日に利用される店
DMの目的は売ることではなく店を忘れさせないこと
イベント・フェアは主催者も一緒に楽しむ

第3章 マンガで学ぶ 店のブランド化と DM戦略

- (1) 冬しか稼げない店を通年繁盛店に
- (2) 離れた常連客を取り戻せ
- (3) 良いDM、悪いDM
- (4) 店頭は最大の営業マン
- (5) 味には自信があるのに

【参考資料】アンケートのひな型

【特別付録】経営者座談会

自分らしい店で商売を楽しむために

集客UP塾代表 土屋 薫 (つちやかおる)

一般財団法人 日本フードアドバイザー協会 東海支部長
中部ブロック「道の駅」連絡会 事務局 経営指導 顧問

【略歴】1956年名古屋生まれ、在住。早稲田大学卒業後、オーディオメーカーのマーケティング部門、広告代理店プランナーを経て、2003年より飲食店専門コンサルタントとして活動。個人飲食店や地域に根ざした中小外食企業のための繁盛戦略・戦術を発信する「集客UP塾」を2007年3月より立ち上げ、これまでに、勉強会開催は92回、勉強会参加者はのべ1,000名を超えている。(2014年5月現在)

「全国の飲食店経営者の方、そして、47都道府県の各地域をより良く
していこうと思っておられるファシリテーターの方や経済団体のキー
マンの方には是非ともお褒めしたい一冊です。」 渡邊 善一

渡邊 善一 公益社団法人栃木県経済同友会・栃木交流研究会長、行政改革委員会副委員長、地域振興委員会スタッフ、社会問題委員会スタッフ、日本電気株式会社宇都宮支店長。

Amazonランキング「サービス・小売部門」1位獲得！

大好評
発売中

小規模飲食店の
集客コンサルティング
集客UP塾

全国の書店、ネットストアでお買い求めください。

〒463-0046 愛知県名古屋市守山区苗代一丁目12-28-302 TEL・FAX 052-799-3203
<http://www.up-juku.jp/>