



ケーススタディから学ぶ！ VOL.61 集客・売上・利益アップ対策イロイロ

コロナ禍での売上確保対策【二毛作営業で売上確保】

焼鳥居酒屋 A店（東京都）

駅から徒歩約5分、オフィスと住宅が混在する立地にて営業の焼鳥居酒屋。

（1本80円～のリーズナブルな焼鳥が人気）

【テイクアウト専門業態を別店名で12月末より開始】

成果：開始早々から予想以上の顧客が付き、売上確保に大きく貢献

費用合計 35,550円

- ①店頭ポスター 3,640円
- ②テイクアウトチラシ 1万部 31,910円



取り組み① 商品開発

お店で2番人気の鶏の唐揚げをテイクアウト用に改良して商品開発

- 目を見張るほどの大きさを演出
- 時間が経過しても味が劣化しないように味付けや調理法を工夫
- 味のバリエーションをつくり様々な客層のニーズに対応

【店頭ポスター】
A1サイズ/耐水紙
UVラミ加工
3,640円



取り組み② 商品アピール

焼鳥店の延長でなく、店名も変えて唐揚げ専門店としてブランディング
＝商品の差別化とイメージアップ



取り組み③ 販売促進・広告宣伝

- 店頭ポスターの設置
- チラシを近隣にポステイング

【二つ折りチラシ】 B4サイズ/1万部…31,910円

※ご自身で二つ折り

《中面》

《表紙》

《裏表紙》



テイクアウトチラシには、美味しそうな料理写真、料理説明、量感が伝わる表示が必要です。
また、薄紙の1枚ものより、少し厚めの用紙で二つ折り仕様にしたほうが質が良いイメージになります。

