



「買いたい」を増やす伝え方のコツ

10種の販促グッズ 効果的な使い方



3秒販促製作所
株式会社はぴっく



何を伝える？

どう伝える？

どこで伝える？

どんな演出で？

他

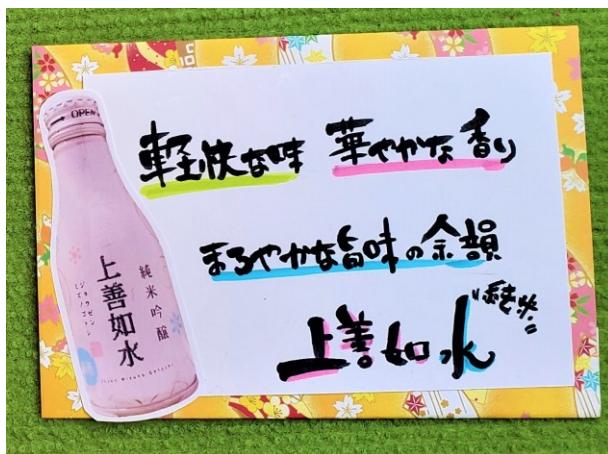
たとえばどんなものが？

- ・店内の壁に貼るPOP
- ・メニューに挟むPOP
- ・卓上の自立POP など



少し解説

POPはPoint of Purchaseの略です。購入時点という意味なので、主語はお客さまなんです。お店が売らなためじゃなくって、お客さまがいい買い物（注文）ができるようにサポートするグッズなんですよっ！



売
る
た
め
じ
ゃ
な
い
よ
POPの主語はお客さま

何を伝える？

どう伝える？

どこで伝える？

どんな演出で？

他

たとえばどんなものが？

- ・ 2つ折りで、開くと情報が得られるPOP
- ・ 窓付きで中がチラ見えできるPOP など



少し解説

2つ折りは開くもの。自然に行動が起きるしかけです。表紙の情報量は極力減らして中身が気になるようにしましょう。開いてもらえたら、じっくり読んでももらえる可能性が高まりますよ！



じっくり読み！
2つ折りPOPはいかが？

何を伝える？

どう伝える？

どこで伝える？

どんな演出で？

他

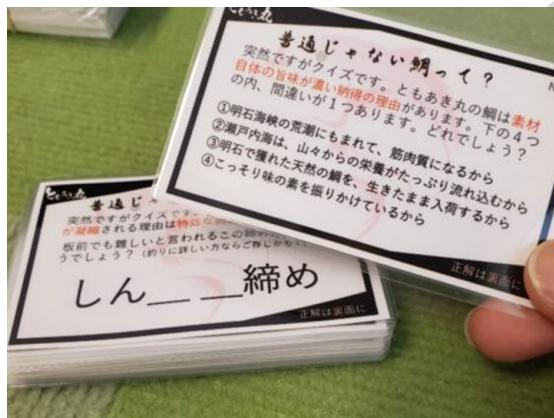
たとえばどんなものが？

- ・本来はスタッフさんが説明する内容を記載したカード
- ・パウチして、何度も利用できるタイプ
- ・多く量印刷してお持ち帰り頂けるタイプ



少し解説

コロナ禍で接客時間を極力抑えているとメニューのこだわりをお伝えしきれない。スタッフに代行して情報を届けてくれるカードです。イチオシメニューの提供時にお渡しします。



接客できないのに接客しないのに接客できるカード？

何を伝える？

どう伝える？

どこで伝える？

どんな演出で？

他

たとえばどんなものが？

- ①お店の定番メニューを伝える黒板
- ②今週ランチなど期間限定情報を伝える黒板
- ③人がらを感じてもらう、ブログ的黒板



少し解説

① 1回勝負の場合は、お店のイチオシメニューなどを記載。② 日々お店の前を通るお客さまが多い場合は、期間限定情報などを。③ スタッフの人がらを感じてほしい場合は「今日のひとこと」などを毎日記載して。黒板の向きも気にしましょうね。



店頭黒板は
目的を決めてから

何を伝える？

どう伝える？

どこで伝える？

どんな演出で？

他

たとえば、どんな要素を記載するの？

- ・基本：商品名＋価格
- ・さらに：写真＋メニューの説明
- ・さらに：イチオシにキャッチフレーズ
- ・さらに：お店や素材のこだわりページ
- ・さらに：店主の想いのページ など



少し解説

メニューブックのつくり込みはとっても大切です。配置やサイズなどによって注文比率が変わります。特にイチオシの一品はとびっきり大きくしましょう。説明文の書き方も大切。満足度にも影響しますよ。



メニューの見せ方次第で
売れ行きが変わる！

何を伝える？

どう伝える？

どこで伝える？

どんな演出で？

他

たとえば、どんな内容を書くの？

- ・お客さま（読み手）に役立つ情報
- ・スタッフ人から情報（好き、エピソード）
- ・商品のこだわりっぷり情報
- ・エンタメコーナー（マンガ・心理テスト）
- ・お客さま参加コーナー（募集&掲載）など



少し解説

ニュースレターは売り込み用の媒体ではありません。むしろ「お客さまにとって、買いたい相手」として認めてもらうためのものです。「読みたい！」→「読んだ結果好きになる」→「このお店買いたい！」となるように！

飲食店さんや食べ物屋さん・旅館さんなどのお役に立てればと願って作ってます。お役に立てていたらコメントやシェアなどいただけると励みになります。異論反論あるかもしれませんが、使えそうなところがあれば活用してみてください ©はびっく



ニュースレターで
買いたい相手になれるか？

何を伝える？

どう伝える？

どこで伝える？

どんな演出で？

他

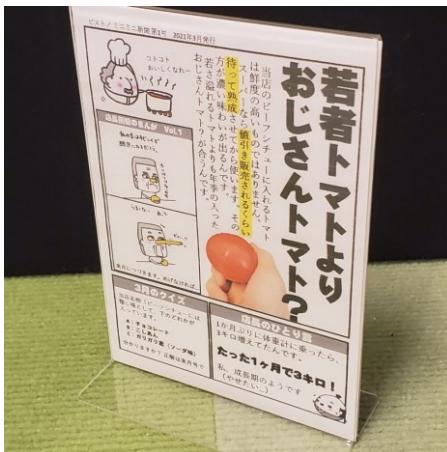
たとえば、どんな内容を？

- ・イチオシメニューのこだわり情報
- ・よりおいしく食べられる方法
- ・スタッフ人から情報（エピソードや苦労話）
- ・次号の予告・クイズなど



少し解説

店内のテーブルに設置するタイプのミニ新聞です。注文後の待ち時間に読んでもらって、ファン作りタイムに。メニューをよりおいしく召し上がってもらうための情報提供をするのもグッド。クイズを出題して、正解を次号にするのもアリ！



飲食店さんや食べ物屋さん・旅館さんなどのお役に立てればと願って作ってます。お役に立てていたらコメントやシェアなどいただけると励みになります。異論反論あるかもしれませんが、使えそうなところがあれば活用してみてください ©はびっく

待ち時間がファン増しタイムに
店内ミニ新聞で

何を伝える？

どう伝える？

どこで伝える？

どんな演出で？

他

たとえば、場面で？

- ・イチオシメニューのこだわり明言
- ・使用素材の産地や保管方法の保証
- ・コックさんのこだわり宣言 など



少し解説



ギャランティカードは保証書です。ブランドバッグなどについているものです。飲食店でやっちゃいけない理由がありません。品質の保証というよりは「**こだわり宣言**」的な役割がいいでしょう。もらったことがあります？

飲食店さんや食べ物屋さん・旅館さんなどのお役に立てればと願って作ってます。お役に立てていたらコメントやシェアなどいただけると励みになります。異論反論あるかもしれませんが使えそうなところがあれば活用してみてください ©はびっく

ギャランティカード
を飲食店で？

何を伝える？

どう伝える？

どこで伝える？

どんな演出で？

他

たとえば、どんなもの？

- ・お店オリジナルおみくじ（クーポン付も）
- ・ポチ袋に入ったクーポン券
- ・ゴールドカード風
- ・お客さまの名入れグッズ など



少し解説

グッズをお渡ししても、すぐに捨てられたら効果はありません（グッズもかわいそう）。どうせなら「捨てづらいグッズ」を。ご利益風グッズ・大切にされたグッズ・名入れグッズなど工夫次第です。



お持ち帰りグッズは
捨てづらいものを

何を伝える？

どう伝える？

どこで伝える？

どんな演出で？

他

たとえば、どんな要素を記載するの？

- ・木駒に自社のこだわりを記載
- ・木札に使用素材を記載
- ・薄い木札にお肉の部位を書いて貼付 など



少し解説

木は自然の存在。大いなる力が宿ります。ブランド牛を使用しているお店が大きな駒を置いていたり。備長炭を使用しているお店が木札を掲げていたり。木の力を借りるのも一手です。



木のチカラ
を借りる！

お客さまに
喜んでほしくて
がんばるあなた。

私は大好きです。
応援しますっ！

まきやより

あなたのファンが増える
販促ツールお作りします

初孫ができました。
新人おじいちゃん頑張りますっ！



ファンを増やす販促ツールが欲しくなったら

3秒販促製作所

