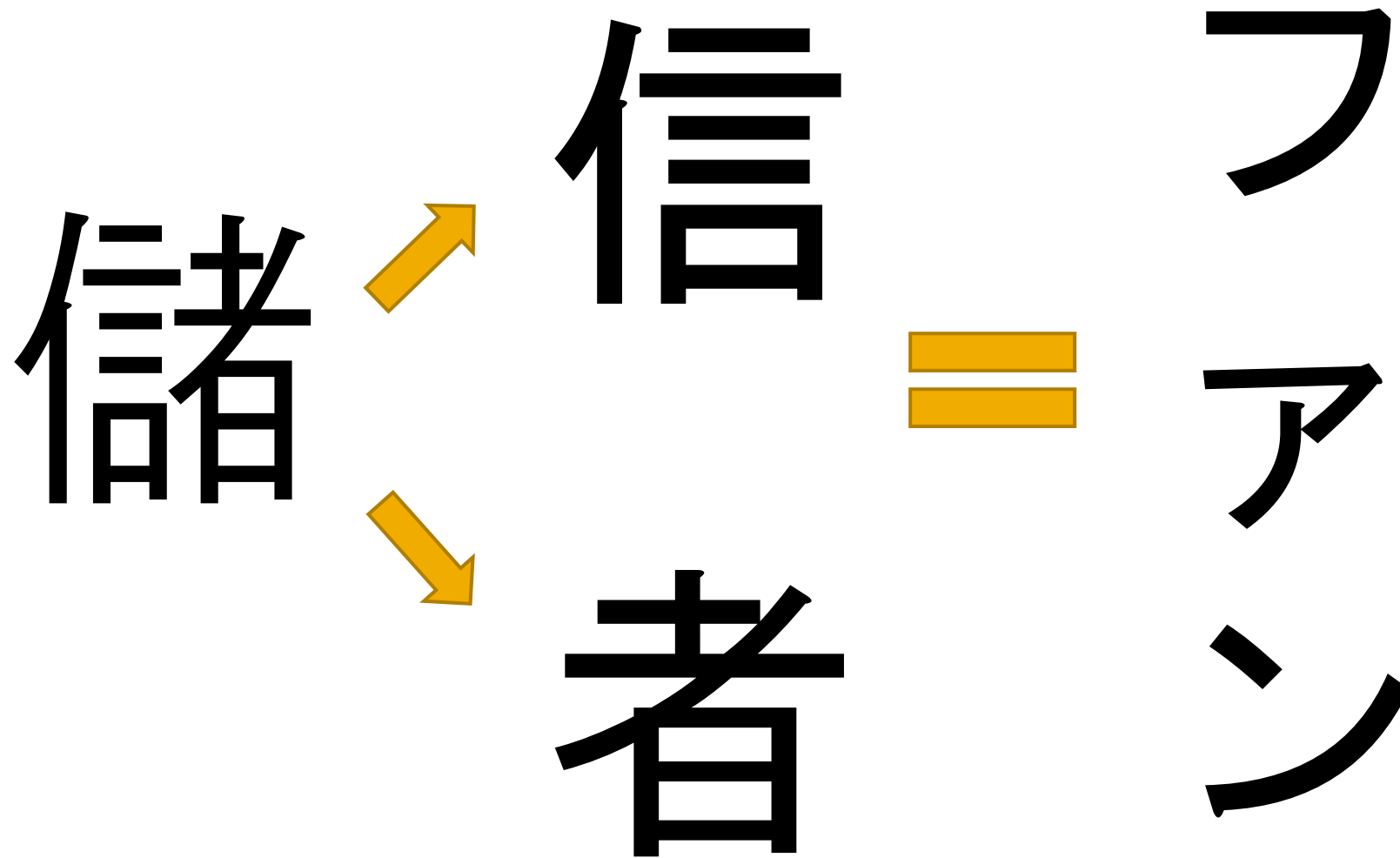




# 顧客価値創造経営塾 ～儲かるお店と儲からないお店～

ヒューマン・ブラザーズ株式会社  
代表取締役 渡辺征克

モウカルとはどういうこと??



つまり・・・

皆さんのお店の「ファン」が沢山入れば・・・

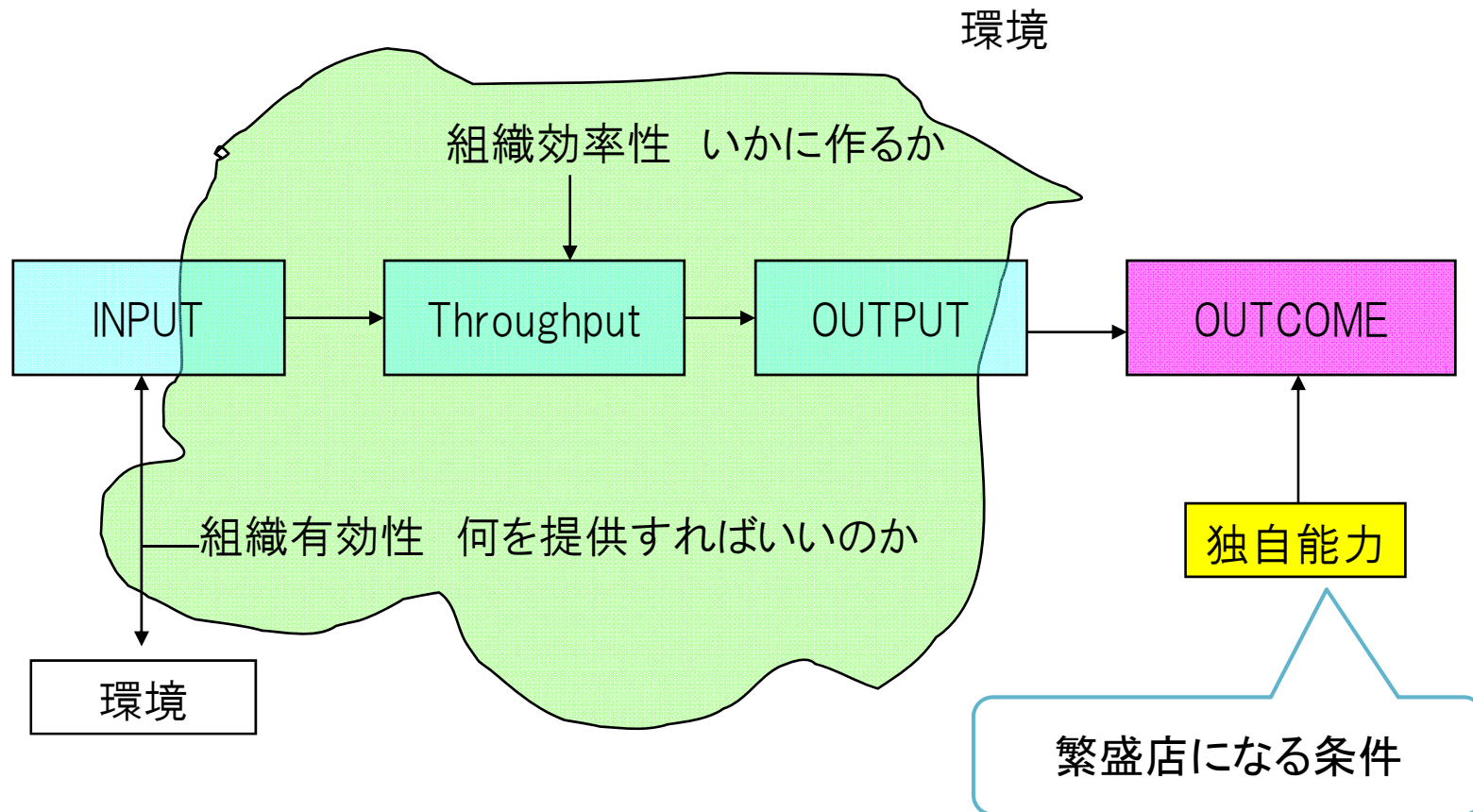
儲かる

# 儲かるお店の本質



- 理論を学ぶ
- 実践する
- 成果を確認する

# 企業活動



# 経営の前に企業を考える

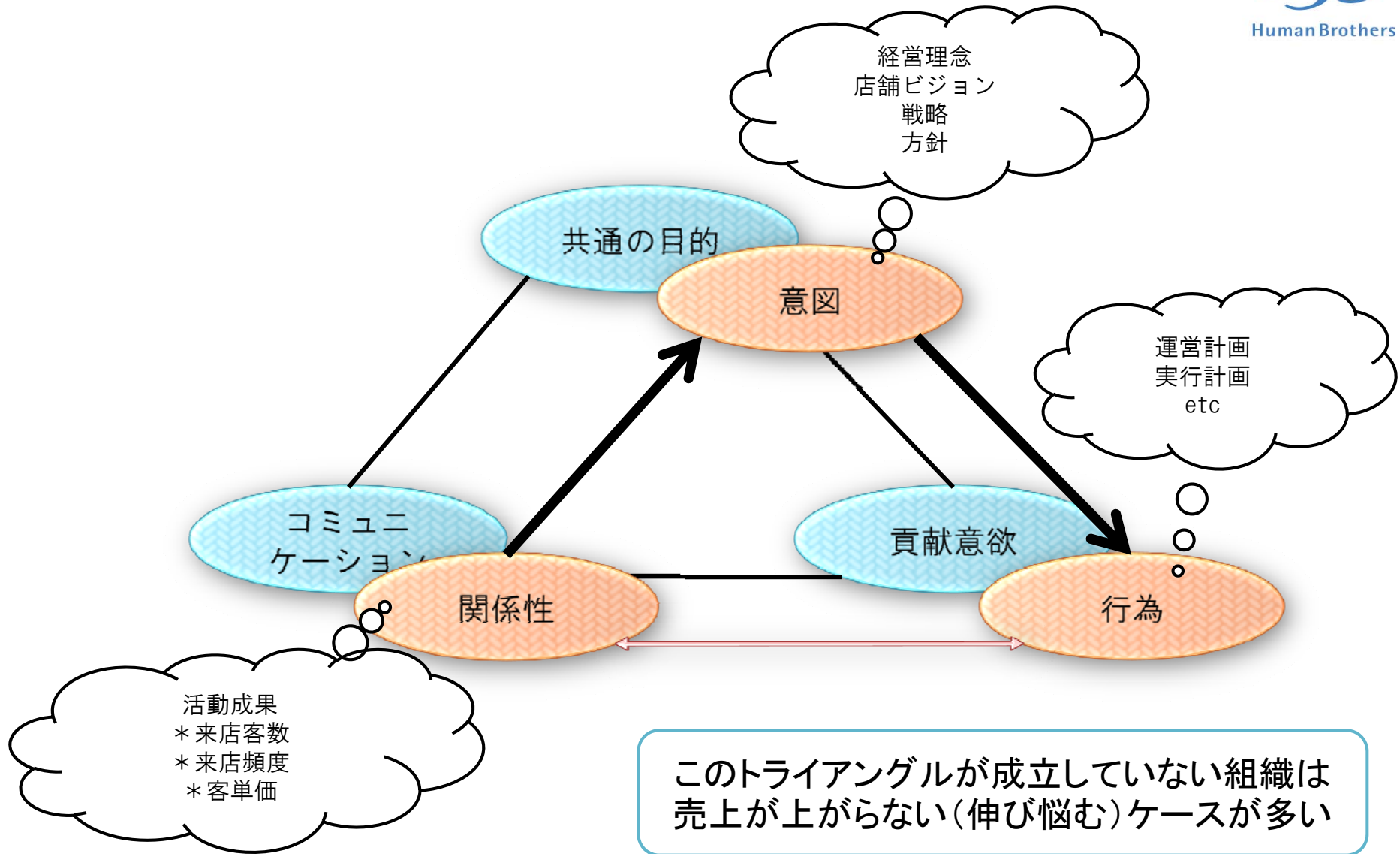


- **企業＝営利組織**ではない。利潤は企業や企業活動にとって、目的ではなく条件である。意思決定の妥当性の判断基準となるもの。
- 経営を考えるにはまず企業の目的を考えることからスタート。企業の目的はそれぞれ外に、社会にある。**ミッション**を明らかにすること
- 企業の目的の定義は一つしかない。それは、**顧客を創造**することである。



# 組織とは

# 組織として成立しているのか？



このトライアングルが成立していない組織は  
売上が上がらない(伸び悩む)ケースが多い



# 店舗ビジョンはあるか？

## ■ 経営理念(mission)

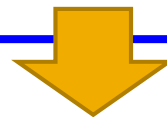
- 創業の精神・経営の意思
- 人の想い描くもの
- 社是・社訓

## ■ ビジョン(vision)

- 理想、実現可能なもの
- より具体的な事業活動の姿や到達すべき目標
- 通常、企業規模や業容であらわす
- 通常、3年程度の期間で定める
- 将来どんな会社・お店にしたいのかを言葉で表現したもの

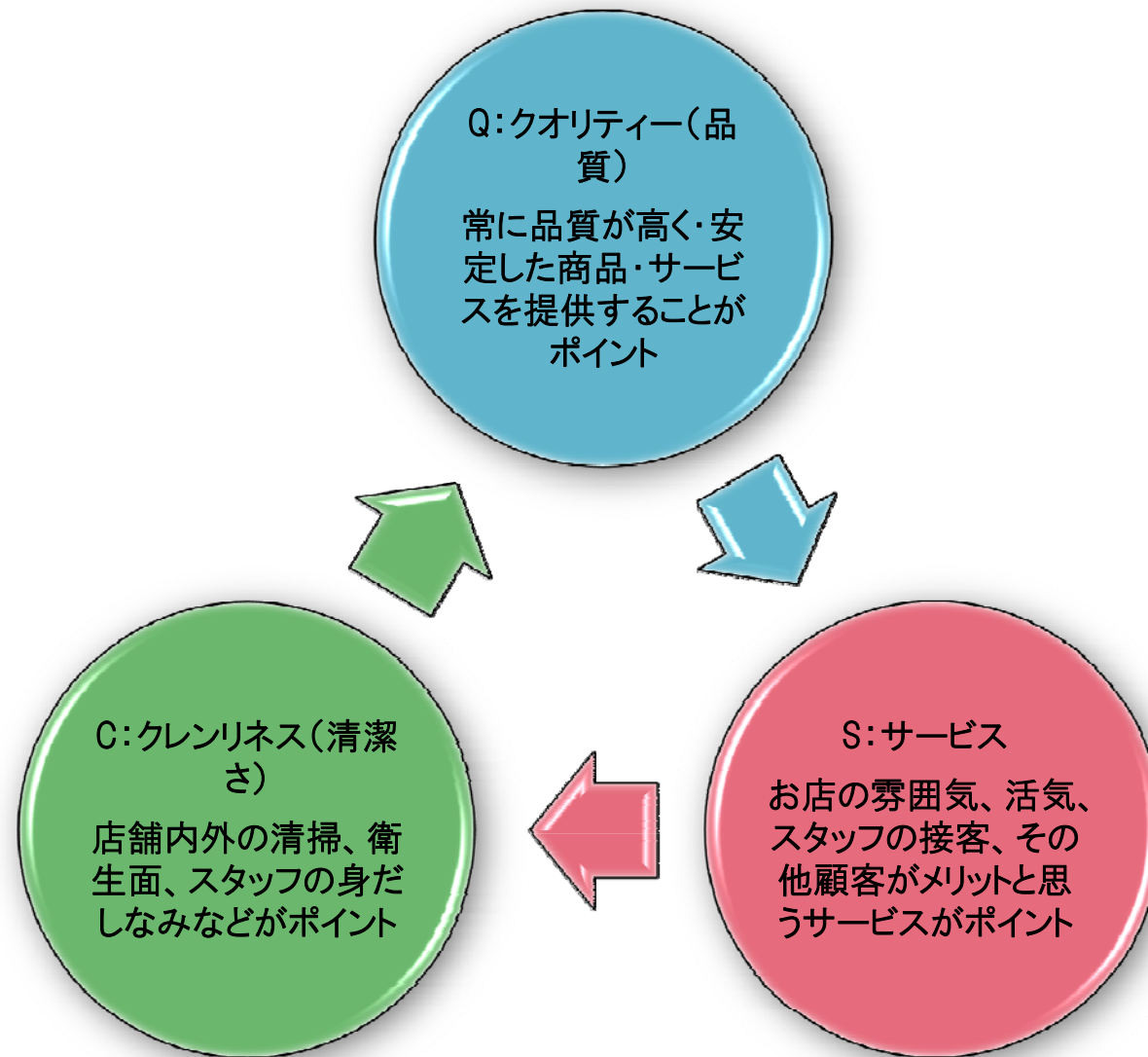
# 皆さんのお店はどちらですか？

	明確はビジョンがある	明確なビジョンはない
コンセプト	顧客に明確に伝わる	顧客に曖昧なものしか伝わらない
ターゲット客	明確に絞れる	定まらない
商品・サービス	明確なウリがある	何をウリにしたいのはわからない
差別化	構築することが可能	構築できない



持続的収益を上げるなら全項目が明確になっていなければ長続きはしない

# 飲食店の基本3要素



# どれだけ売上を上げたいのか

Aパターン

売上 = 来店客数 × 客単価 × 来店頻度  
現状 (            ) (            ) (            )



Bパターン

売上 = 新規顧客の獲得 × 客単価UP × 顧客離れ0