【現場ヤリクロ】サービスメニュー作成の流れや考え方のポイント

監修者 株式会社ニッピン代表取締役 / 株式会社SOKILE代表取締役
ニッピン ＴＯＭＯＫＡＷＡ

現場ヤリクロ!!の記事でご好評をいただいております、「デジタルでメニューを作ってみよう」シリーズ。実際のお客様にサービスメニューを作成の仕方や考え方をまとめて公開記事にしました。今回は、「サービスメニュー作成の流れや考え方のポイント」をご紹介します。

料理屋さん、美容室、はりきゅう、マッサージ、整体院、整骨院、教室・スクールなどサービスを行なうお店にとって、お客様にとって一番大切なものです。

この記事の内容

- 1) サービスを考える前に最も大切なこと
- 2) 市場分析（競合のメニューがどんな感じなのか？）
- 3) 比較（比較の結果メニューアイデアとして何が考えられる）
- 4) 売上目標を考える（目的先行考える）
- 5) メニュー作成する
- 6) まとめ

現場実践すぐ使えるAir ビジネスツールの
開業支援セット
ダウンロード

サービスを考える前に最も大切なこと

現時点で、どんなお客様をターゲットにしていたか。パレット（プロポジション）Ｐｒｏｐｏｓｉｔｉｏｎ（ターゲット）を明確にすることです。

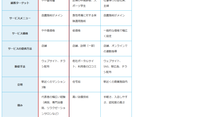
パレット（プロポジション）は最終的まで、「最適解」は解けません。「最適」に近づいて、徐々に理解していくなら、お客さんの理解や要求は最適を解決することです。

パレット（プロポジション）を考へ方は、「最適」にしてみる。「最適」の解決の為の考え方とは？と、「最適」の考えとは？の為の考え方とは？

「最適」にしてみる。「最適」の考えとは？の為の考え方とは？

「最適」の考えとは？の為の考え方とは？

市場分析（競合はどんなサービスを並べているか？）



サービスメニュー を考える前に最も大切なことは、「どんなお客様がお来店するか」です。（「最適」の解決）の為の考え方とは？と、「どうすれば最適解が出ないか」を考えます。

【 期間を見据 】

サービスを考えるにあたり、最初に何をするべきでしょう？

現場で活動の時間をおくことは、「期間」の中で、「最適」の考えとは？を考えるのに、「期間」に関しては、「期間」の中で、「サービスメニュー」を考えるとは、「どんなお客様を考えるか」を考えます。「サービスメニュー」は、「期間」の中で、「どんなお客様を考えるか」を考えます。

② 競合の分析

- 場所（駅前、郊外、オフィス街）・客層（年齢層、職業層）・期間（曜日、時間帯）・価格（ランチ・ディナー）
- 店舗の雰囲気（人数、内装・外観）・接客（スタッフ・オーナー）・メニュー（ボリュームの多さ・特徴）・サービス（ランチ・ディナー）・期間（曜日・時間帯）・価格（ランチ・ディナー）・客層（年齢層・職業層）・期間（曜日・時間帯）・価格（ランチ・ディナー）

例えば、「お客様がどんなサービスを求めているか？」、「どんなお客様がどんなサービスを求めているか？」、「どんなお客様がどんなサービスを求めているか？」、「どんなお