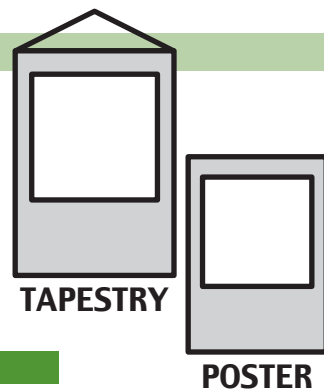


「通行客」を「入店客」に変える！

タペストリー &ポスター



タペストリー&ポスターは季節や時間帯によるおすすめ品等をアピールし、入店やオーダーを誘う販促物です。しかし当たり前ですが、消費者はその料理やお店の存在を知ったからといって、必ずしも消費行動に出るわけではないので、いかに魅力を伝えるかが勝負です。

こんなタペストリー&ポスターを使っていますか？

Bad

こんなポスターじゃ、お客様を逃がしてしまいます！

潜在的売上損失額
約15万円/1ヵ月

お店の大きさ・立地条件にもよりますが、こんなポスターを使っていると少なくとも見積もっても一日あたり3,000円~5,000円(3名から5名分)は、儲け損なっている可能性があります。

1.写真

料理の内容については分かりますが、美味しさが伝わってこないのが、ダメ!(割高に感じる)。また写真が美味しそうじゃないので、かえって入店をためらってしまいます。

2.コピー

何にどうこだわっているのか、何がどうお得なのか、さっぱり分からないので、来店意欲が高まりません。

3.デザイン

「全部おすすめ」は、「全部おすすめじゃありません」と一緒です。各料理の扱い方にメリハリがないので、オーダーが分散化しやすいただけではなく、入店するきっかけを失わせてしまいます。



Oh!
Zannen...



このポスターでは料理内容・価格は分かりますが、魅力が全然伝わって来ないので「この料理を食べたい」「この店に入りたい」という気持は起こりません。

しーしー！

同じ料理内容であっても、
いわさきが作るとこうなります！

Good!



1.写真

シズル感溢れる大きな写真がアイキャッチ効果を高めます。また美味しそうな写真が、食欲をダイレクトに刺激し、ポスターを見た人に「食べてみた〜い」という気持ちをおこさせます。

2.コピー

美味しさについて抽象的な表現ではなく、具体的に書かれているので、料理の味をより明確にイメージしやすく、来店意欲を刺激します。また産地表示をする事で、お店の食の安全に対する意識の高さを感じさせ、お客様に安心感を与えます。

3.デザイン

お店と料理の魅力を伝えるデザインが期待感やお値打ち感を高めます。また、各料理の扱い方にメリハリがあるので、オーダーをコントロールしやすく、無理なく客席回転率を高める事ができ、仕込みも効率的におこなえるようになります。

お店と料理の
魅力全開!!

通行客が入店を
決める理由の87%が
「**外観**」

通行客が店をチラリと見て
立ち止まるか判断する時間は
「**0.5秒**」

「この店に入ろう!」の
決定を導く**即戦力!**

通行客が入店客に変わる一番の決定打は
「食べたい料理が、だいたい心に決まること」

お手軽&効果
テキメン!

オーダーは店頭で始まっている!

いわさきの **タペストリー&ポスター**