

単価UPメニューづくりのためのチェックシート

大項目	☑	中項目	基準・備考
メニュー作り	<input type="checkbox"/>	専門化（シンプル化）	心理学でいう選択回避の法則が働く、6個のジャムを24個にしたら売り上げが減った
	<input type="checkbox"/>	コースメニュー化	必要なものは、セット販売、不要な施術はマイナス方式
	<input type="checkbox"/>	極端の回避性の法則、アップセル	松竹梅の法則、A・Bの2つの価格なら1：1、A・B・Cの3つなら2：6：2になる
	<input type="checkbox"/>	メニュー名の改善	商材名や工程のネーミングはダメ、得られる価値がイメージできるネーミングがGOOD
	<input type="checkbox"/>	サービスの分解と言語化	サービスを分解、本来の価値を伝えて価値と価格の適正化（価値の見える化、言語化）
	<input type="checkbox"/>	既存客の据え置き（二重料金）	料金改正時は既存客は据え置き、優遇措置で特別扱い
	<input type="checkbox"/>	ハイグレードメニューの追加	スイートルーム形式、上位2割のファン客へのオファー、平均単価の10倍から、年間契約など
	<input type="checkbox"/>	接触用リピートメニューの設置	無料から低価格で接触回数を増やし、信頼残高を構築（ザイオンス効果）
新メニュー リニューアル までの準備	<input type="checkbox"/>	スタッフへのプレゼン	スタッフにとってのメリットを説明し、どのようによくなるかのプレゼン
	<input type="checkbox"/>	スタッフへの個人面談	説明したことへの、不安やその他分かってないことへのフォロー
	<input type="checkbox"/>	新メニューの価値を説明するマニュアル作り	メニュー分解したことへの、価値づけを言語化し、マニュアルをつくる（動画の方がいい）
	<input type="checkbox"/>	新メニューの技術的レッスン	新しい技術メニューを取り入れる場合は、実験、レッスンする
	<input type="checkbox"/>	新メニューの説明ロープレ	新メニューの価値説明をロープレにてレッスンする
	<input type="checkbox"/>	既存顧客様のデシル分析	新メニューではなく、旧メニューでもよいお客様（既存ロイヤルカスタマー）の仕分け
	<input type="checkbox"/>	既存顧客様への据え置き期間の設定	お店や、スタッフの状況に合わせて、据え置き期間を決める
	<input type="checkbox"/>	既存顧客様、新規客へのプロモーション	既存顧客様へのお知らせチラシ、新規客へのプロモーションを考える