



メニュー導入で展開するときのポイント





目次



- 1 メニュー導入が向いている人
- 2 メニュー導入のメリット・デメリット
- 3 ポイント① コンセプトやウリを明確にする
- 4 ポイント② 剤や機器、契約で縛る
- 5 ポイント③ アップセルクロスセルでLTVを上げる
- 6 ポイント④ マネタイズの仕方



メニュー導入が向いている人



看板替えやビジネスモデルをそのまま導入させるのが難しい人

ビジネスモデルでの価値提供は難しく、メニューでならバリューがあるケース

例) 集客や求人までは代行できないが、単価アップやリピート率に優れているメニューをもっている

FCは難しいがメニュー導入なら提案しやすいケースは多々ある

店舗以外の収益が欲しい人

店舗ビジネスは、採用や教育など成長させるには時間がかかったり、
離職などで売上の変動も起こりやすい特徴がある

メニュー導入のビジネスと併用させることで、新たな収益の柱になる



メニュー導入のメリットデメリット



◎ **メニュー導入のメリット**

- **展開するためのコストがほとんどかからない**
自分一人の講習やサポートのみで導入することができる
- **技術指導のみで導入できる**
技術に合わせて、剤を開発することで卸業にも派生させることができる
- **導入後の店舗サポートのリソースが少なく済む**
集客や求人はリソースが多くかかる
- **フランチャイズに比べ導入のハードルが低い**
意外とブランドにこだわりがあるオーナーは多い
看板替えが不要なため、オーナーの抵抗なく導入しやすい



メニュー導入のデメリット

- **ノウハウを覚えたら解約されやすい**
一度覚えたらサポートが不要になりやすい
- **既存の集客力に影響を受けやすい**
基本、既存のお客様に提案するビジネスモデルなので、
そもそもお客様がいなければ成果が出ない



ポイント①
コンセプトやウリを明確にする



メニュー導入をすることで、どんな未来を手に入れられるか？

- ・単価アップ
- ・リピート率アップ
- ・次回予約率アップ
- ・LTVの向上
- ・1人当たりの生産性の向上

メニューを導入することで解決できる課題が明確ならば、それがコンセプトやウリになる



ポイント②
剤や機器、契約で縛る



◆ **メニュー導入はフランチャイズなどに比べ解約されやすい**

解約されないような仕組みを作ろう

メニュー導入はなぜ解約されやすいのか？



ノウハウや技術がサービスになっているから

覚えたら不要になってしまう



そのためにどうしたら良いのか？



◆ **メニュー導入はフランチャイズなどに比べ解約されやすい**

解約されにくくする為の手段はノウハウ以外の何かしらとセットで導入する

- **剤の導入をセットにする**
指定商材がなければ導入することができない
- **機器の導入とセットにする**
指定の機材がなければ導入することができない
- **契約書を結ぶ**
契約期間などの縛りを設ける
- **コンサルとセットにする**
継続的なサービスと合わせて提供する



ポイント③

アップセルやクロスセルでLTVを上げる



◆メニュー導入だけだと継続したサービスになりにくい

なぜ継続されにくいのか？



覚えたら不要になってしまう卒業モデルだから



◆メニュー導入を継続しやすいサービスとセットにしよう

メニュー導入と相性が良く継続しやすいサービス

- 剤・代行

例

教育代行

集客代行

- コンサルティング

例

導入しても使いこなすまでの時間がかかる

現場で起きた問題を相談できる

新しい知識やノウハウを追加できる

継続しやすいサービスとセットにすることでLTVを伸ばすことができる



ポイント④
マネタイズの仕方



◆メニュー導入のマネタイズできるタイミングを知ろう

- **剤初期導入費用**
導入費用、初回材料費、マニュアル、技術指導
- **月額使用料**
機材の使用料、メニューの権利に対する月額費用
- **材料費による収益**
継続して使用する材料費
- **サポート料（技術指導やコンサル料）**
定期的な技術指導や毎月のミーティングなど
- **メニュー売上に対する成果報酬**
売上管理が現場になるので、売上の管理をすることが難しい