

当該レストランで 60 組を獲得する

03 年 <PLAN><DO><SEE>

1. <命題と現状> 全体の来館 6 割 UP のために必要な“テラス”の力
2. <PLAN> テラスの集客を増やすための施策
3. <DO> 告知媒体の大幅変更
4. <SEE> 03 年 1 月 13 日 フェアの結果

# 1. <命題と現状> 全体の来館 6 割 UP のために必要な“テラス”の力

## ■2002 年 6 月ころ

「次年度は、月平均 50 組の来館数を、6 割UPの 80 組にUPせよ」との命題が。  
しかも、03 年度の広告費は、02 年度とほぼ同等との条件。

この命題をクリアするためには、  
“本館”の魅力で集客を図るだけでなく、  
“テラス”の魅力も十分に伝えるべきだと考えました。

## ■2002 年 10 月までの“当該レストラン”での婚礼受注件数

期間	“当該レストラン”での婚礼受注件数
01 年 11 月 ～ 02 年 10 月	約 30 組

## 2. <PLAN> 当該レストランの集客を増やすための施策

### ① 『本館』と差別化できる当該レストランの力を再検討し原稿内容に生かす

1. 『本館』:『テラス』の商品価値を、料金(会場費・料理料金)で具体化する  
※ また、料金に差をつけた結果、『本館』→当該レストランへの流出を防ぐため、『本館』の最低収容人数のハードルを高め設定する
2. より当該レストランの魅力を伝えるための写真を取り直す
3. 『本館』希望のカップル→当該レストラン』希望へ誘導する営業トークの訓練

#### ①-1 会場費・料理料金・収容人数の変更

会場費→	本館 50 万円(従来通り) 当該レストラン 30 万円(従来通り)
料理料金→	本館 1.2 万円 → 1.3 万円 当該レストラン 1 万円 → 1.2 万円
収容人数→	本館:着席 50 名~120 名 → 着席 70 名~120 名 当該レストラン着席 30 名~70 名 → 従来通り

02 年 5 月発売『ゼクシィ』の原稿(別紙①参照)



02 年 9 月発売『ゼクシィ』の原稿(別紙②参照)

#### ①-2 本館の「ガーデン」に対し、別館の「緑に囲まれたテラス」を演出

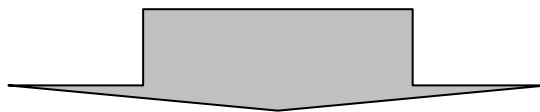
「緑に囲まれた広いテラスでウェディング」



02 年 12 月発売『けっこんぴあ』(別紙③参照)

### ② 『ゼクシィ』以外の媒体の検討

1. 『ゼクシィ』が会場選定の決め手になったという読者は、全体の約 50%しかいない
2. 上記の『テラス』の魅力を『ゼクシィ』以外の媒体でも告知



上記 2 つのポイントを改善すれば、

『本館』+当該レストランの異なる 2 つの魅力で、  
全体の集客数・成約数は 飛躍的に伸びると仮定

### 3. <DO> 告知媒体の大幅変更

試験的に他の媒体へ出稿し、その媒体別集客数を検証する

#### ■02年8月～9月の広告展開

発売月	媒体	スペース	料金
02年8月	『ゼクシィ』	2P	1,500,000円
	『けっこんぴあ』	1P	650,000円
02年9月	『ゼクシィ』	2P	1,500,000円
	『けっこんぴあ』	1P	650,000円
	『OZ Wedding』	2P	500,000円
	『レストラン & ゲストハウス W』	1P	350,000円
	『ゼクシィ』パーティ別冊	2P	1,500,000円

#### ■原稿内容

- 会場費・料理料金・収容人数の変更
- テラスの新写真

## 4. <SEE> 03年1月13日 フェアの結果

### ■ このフェア1日だけで 来館 52件

→内仮予約 35件

→内成約 21件 本館 3件、テラス 18件(1/26 現在)

このフェアだけで、

『本館』3件に対し、『テラス』18件 の成約者を出した

### <参考>

実はこのフェアは、実施前においては、社内的に実施することに否定的な意見が多いフェアでした。

その理由として

- ① 今年(02年)1月のブライダルフェアで集客が少なかった
- ② 「寒いときの集客は決まらない」という意見が多かった

しかしながら、

①については

- ・ 『ゼクシィ』の01年12月発売号の原稿(別紙③を参照)を検証すると、テラスレストランでBFが開催されることが伝わらない原稿であった
- ・ 『ゼクシィ』以外の媒体は1誌も利用していなかった。
- ・ 上記の2つの点が昨年とは大きく違うということを理解してもらいました。

②については

- ・ 1月2月(年末年始明け)、5月、6月(GW明け)、9月10月(夏期休暇明け)は集客の三大時期にあたり、この時期の直前の広告がもっとも効果的だということを理解していただきました。  
寒いからといってフェアを実施しなければ、3回のうち1回の絶好の機会を失う結果になっていたと考えます。

実際の02年12月発売『けっこんぴあ』の告知原稿は別紙④をご参照下さい