



生産者向け6次化支援セミナー

～ぐるなびPROメンバーの活用～

2013年10月9日

ぐるなび



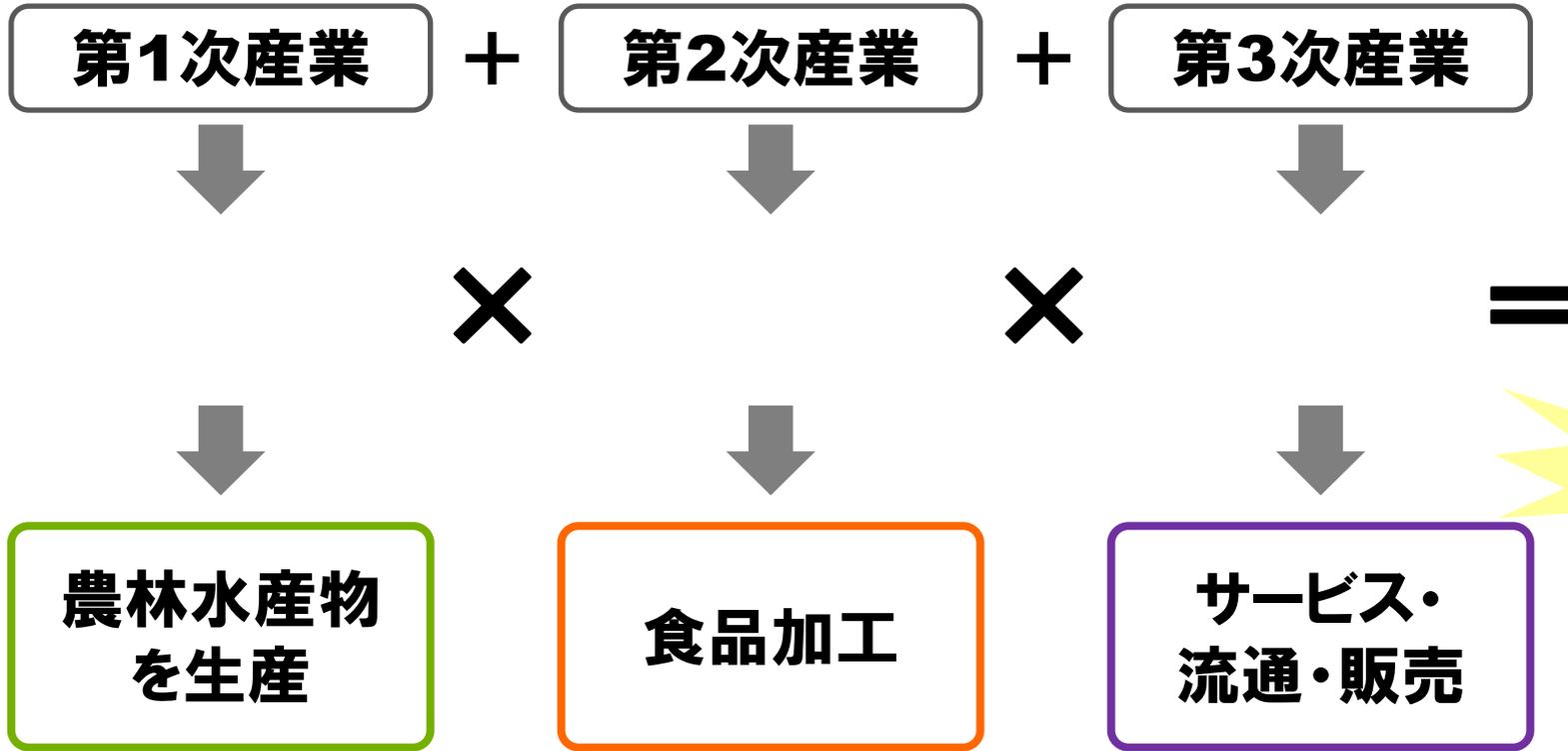
第**1**章 ~chapter one~

6次化に必要な取組みを知ろう



第1章 6次化に必要な取組みを知ろう

① 第6次産業化とはなんですか？



生産者の負担、特に（）
には、大変な労力が予想されます。



第1章 6次化に必要な取組みを知ろう

② 6次化成功のかぎは・・・

2009年以降、規制緩和により
多くの異業種企業が農業に参入

成功・撤退が明確化!!

生き残った企業の共通点は?

_____と_____を持っていること!



第1章 6次化に必要な取組みを知ろう

② すでにチャレンジしたが・・・どうも・・・

ズバリ思うように「売れない理由」ワースト5は？

1. _____が発見できていない

2. 商品の _____ ができていない

3. 商品・サービスが _____ でない

4. 商談 _____ が低い

5. _____ そのものが少ない

を執行

と

の執行

これらの問題を
解決する手法が
「 _____ 」

といえます。

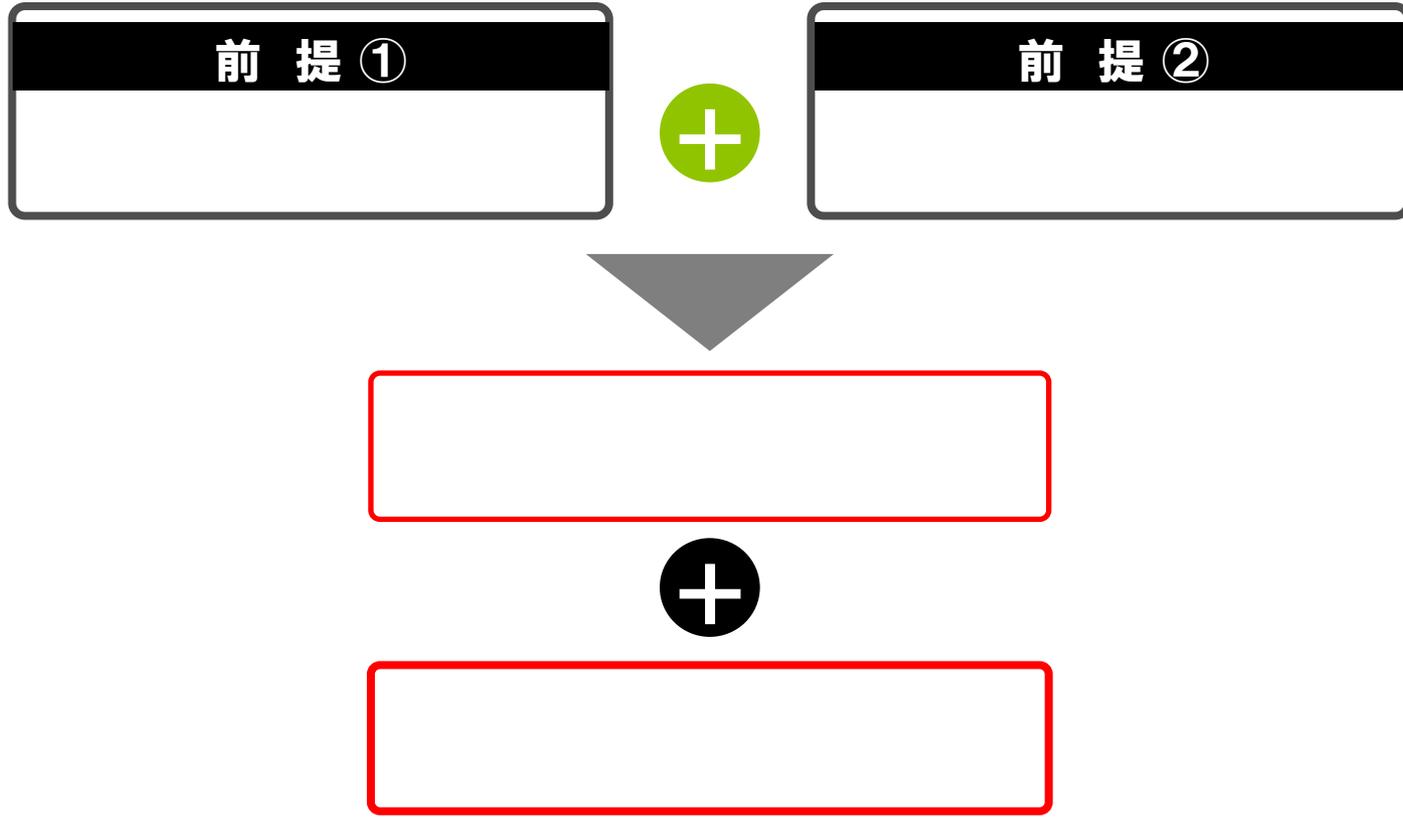


第2章 ~chapter two~

やさしいマーケティング講座



① マーケティングとは・・・



最終的には

販売者と顧客の

を目指しましょう!!



第2章 やさしいマーケティング講座

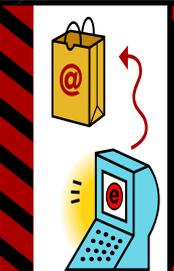
【参考】マーケティングの変遷 ～社会の全てが大変革期に突入～



マーケティング1.0

「モノ」の時代

- ・モノを売り込む



マーケティング2.0

「サービス」の時代

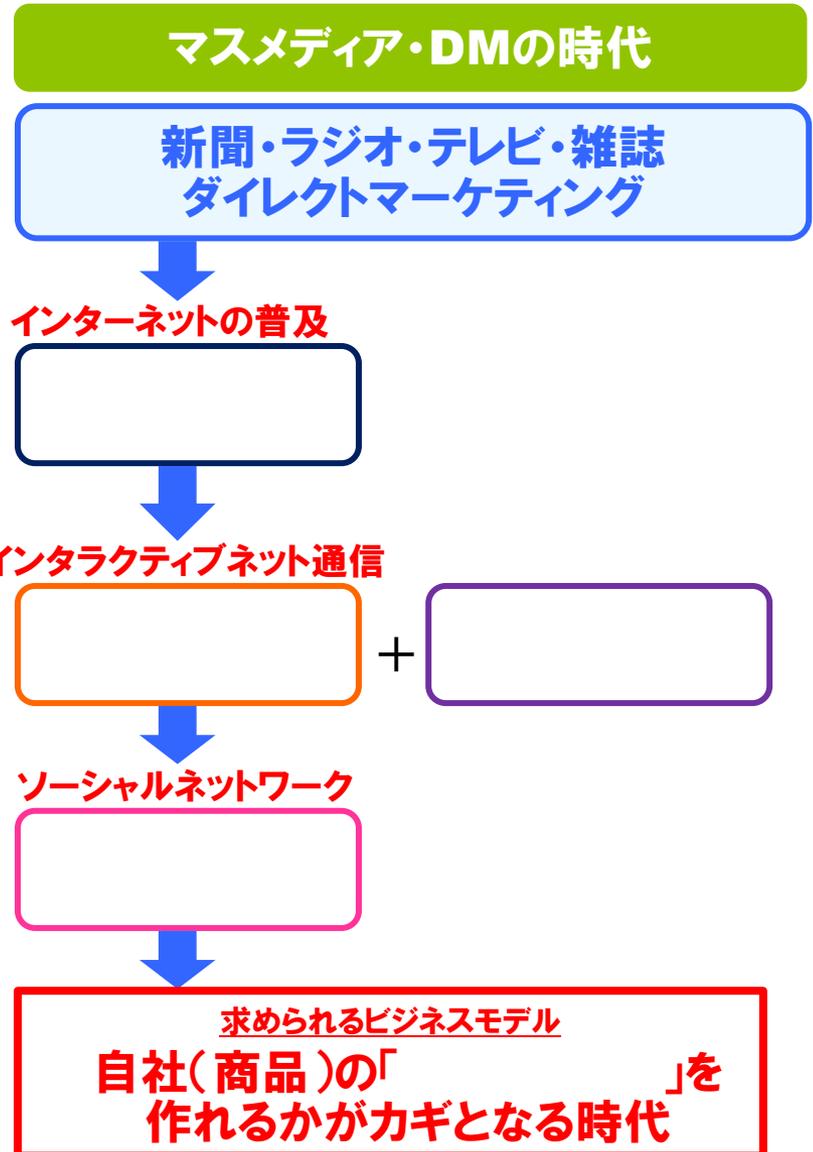
- ・顧客満足を目指す



マーケティング3.0

「顧客体験」「関係性」の時代

- ・顧客体験の理由をつくる
(関係性)





② 売るために不可欠な6つの事

① _____ 設定・競合設定



② 顧客志向と競合動向の _____ 収集



③ _____ 開発



④ 顧客へ商品を _____ 力



⑤ _____ の添加（特産・掘り起し・連携）



⑥ _____ の具現化



第2章 やさしいマーケティング講座

③実際にできているか確認してみましょう

	①	②	③
1. _____? (セグメント&ターゲティング)			
2. お客様の _____ は? (自分の商品の必要性に気づいてる?)			
3. お客様が _____ ものは? (wantsではなくneedsを基準に)			
4. _____ と比較して自社の強みは?			
5. 今、お客様に伝えるべきことは何? すなわち「 _____ 」			



第**3**章 ~chapter three ~

ぐるなび**PRO**メンバー(**GPM**)の全容



第3章 ぐるなびPROメンバー(GPM)の全容

(1) ぐるなびの現状

月間利用者数

3,400万人



ぐるなび会員数

1,043万人



シェフの日(料理教室)

月間**2,000**店舗開催



シェフ会員

17,000人



ぐるなび 宴会・グルメ情報検索サイト

なび子のオススメ情報 2000ポイントが当たる!!

検索 6月27日 今夜18時~20時に空いているお店

レストラン検索 エリア 駅・路線 料理 こだわり スポット カテゴリマップ

6月のグルメな特集 全国版

ビール・ビアガーデン特集 飲みに行きたいお店を今すぐチェック!

宴会・パーティ特集

料理とお酒 エリア シーン 個室 ポイントがもらえる

宴会・パーティ 誕生日・記念日 ビール プレミアムレストラン

東京: 渋谷・池袋 > 10人以下で使える個室 神奈川県: 誕生日&記念日おめでとう

千葉: 誕生日&記念日おめでとう 埼玉: ゆったり3時間宴会・ビアガーデン・ビアホール

大阪: > 10人以下で使える個室があるお店 > なんば・道頓堀・日本橋 京都: 河原町・木屋町

兵庫: > 三宮・元町 > 大人気で個室 愛知: 名古屋駅・誕生日&記念日おめでとう

宮城: 国分町・一番町 北海道: 接待・会食におすすのお店 広島: < かつろぎの個室

福岡: > 宴会・パーティにぴったりなお店 > 10人以上で個室 沖縄: 焼肉・ステーキ・焼

北海道 北海道 東北 香森 秋田 山形 岩手 宮城 福島 関東 東京 神奈川 千葉 埼玉 群馬 栃木 茨城 北陸 新潟 石川 福井 富山 中部 愛知 三重 岐阜 静岡県 関西 大阪 京都 兵庫 近畿 中国 広島 岡山 山口 島 四国 徳島 香川 愛媛 高 九州 福岡 佐賀 長崎 熊本 沖縄 沖縄 海外 中国 上海 中国

お店予約の便利ソ

1)要登録 2)お店からメール 3)お店決定の簡単3ステップ

ぐるなび加盟店(詳細情報掲載店舗数)

135,000店舗

精鋭化した営業集団

月間訪問 **10,000**店



ぐるなび大学年間開催数

3,000回



ぐるなび通信月間発行部数

100,000部



ぐるなびPRO利用店舗数

月間**28,000**店舗



ぐるなびPRO

全国のグルメ情報検索サイト

検索 6月27日 今夜18時~20時に空いているお店

レストラン検索 エリア 駅・路線 料理 こだわり スポット カテゴリマップ

6月のグルメな特集 全国版

ビール・ビアガーデン特集 飲みに行きたいお店を今すぐチェック!

宴会・パーティ特集

料理とお酒 エリア シーン 個室 ポイントがもらえる

宴会・パーティ 誕生日・記念日 ビール プレミアムレストラン

東京: 渋谷・池袋 > 10人以下で使える個室 神奈川県: 誕生日&記念日おめでとう

千葉: 誕生日&記念日おめでとう 埼玉: ゆったり3時間宴会・ビアガーデン・ビアホール

大阪: > 10人以下で使える個室があるお店 > なんば・道頓堀・日本橋 京都: 河原町・木屋町

兵庫: > 三宮・元町 > 大人気で個室 愛知: 名古屋駅・誕生日&記念日おめでとう

宮城: 国分町・一番町 北海道: 接待・会食におすすのお店 広島: < かつろぎの個室

福岡: > 宴会・パーティにぴったりなお店 > 10人以上で個室 沖縄: 焼肉・ステーキ・焼

北海道 北海道 東北 香森 秋田 山形 岩手 宮城 福島 関東 東京 神奈川 千葉 埼玉 群馬 栃木 茨城 北陸 新潟 石川 福井 富山 中部 愛知 三重 岐阜 静岡県 関西 大阪 京都 兵庫 近畿 中国 広島 岡山 山口 島 四国 徳島 香川 愛媛 高 九州 福岡 佐賀 長崎 熊本 沖縄 沖縄 海外 中国 上海 中国

お店予約の便利ソ

1)要登録 2)お店からメール 3)お店決定の簡単3ステップ

情報収集

発信



第3章 ぐるなびPROメンバー(GPM)の全容

(2)「ぐるなびPRO認証システム3.0」の店舗展開



1. メニューオーダー機能
2. 決済機能(マルチマネー決済)
3. 顧客管理機能(顧客嗜好・行動情報)
4. 新規顧客獲得機能(志向別e-DM配信)
5. 仕入れ受発注機能
6. ポイントシステム
7. 店舗会計管理機能

⇒8.最終的には顧客の食材注文機能を追加(予定)



第3章 ぐるなびPROメンバー(GPM)の全容

(3) ぐるなびオフラインのインフラ

人の人的サポート体制



加盟店営業
生産者代理人

販促を中心とした精鋭化した
コンサルティング集団
500人

レストラン加盟店

ぐるなび
通信

飲食店向け月刊情報誌
約100,000部

巡回
スタッフ

加盟店へのきめ細かいサポーター
300人

コール
センター

外食に特化したスキルを持つ
150人

ぐるなび
大学

成功事例を中心に年間3,000回以上開催
50人



第3章 ぐるなびPROメンバー(GPM)の全容



【シェフツアー】食材探し
現在までに20自治体で実施



【シェフコンテスト】協賛
過去7回の開催実績



【インストアプロモーション】
メーカー・自治体様主体で100回以上の実績。協力店舗数は1500店舗



【マルシェ】出店
年間772回の開催
売上総額7億円



【商品展示会】出展
約1000人の飲食店関係者が来場
9月・1月の販促最重要期間に開催



【シェフの日】協賛
月間2000回開催！



第4章 ～chapter four～ 事例紹介(スライドでご覧下さい)

- ①～熟成ベーコン～
- ②～富士山サーモン～
- ③～ぐるなび大学・マルシェ活用～
- ④～代理人との営業戦略～



第4章 事例紹介④ ～代理人との営業戦略～

**売れる時期にはタイミングがあります。
代理人と相談のうえ効果的な販売戦略を練ります！**

静岡農園 御中

		初年度											
		I 期			II 期			III 期			IV 期		
		ターゲット分析			ターゲット確定			アプローチ			アプローチ		
		8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月	5月	6月	7月
■ヒアリングレポート	ターゲット【業態】		和食	和食	和食	和食	イタリアン	イタリアン	イタリアン	イタリアン	焼肉	焼肉	焼肉
	ターゲット【客単価】		ミドルプライス	ミドルプライス	ミドルプライス	ミドルプライス	ハイプライス	ハイプライス	ハイプライス	ハイプライス	ロープライス	ロープライス	ロープライス
■マーケティングデータ		○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
■商品ページ			○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
●商品展示会			●				●						
●その他施策				マルシェ					マルシェ				
月々ご請求金額		¥50,000	¥50,000	¥50,000	¥50,000	¥50,000	¥50,000	¥50,000	¥50,000	¥50,000	¥50,000	¥50,000	¥50,000



第**5**章 ~chapter five ~

ぐるなび**PRO**メンバーへの参加・登録



第5章 ぐるなびPROメンバー(GPM)への参加・登録

① 問題解決について振り返り

ぐるなびPROメンバー(GPM)の基本機能で解決可能!!

①

ぐるなびが持つ飲食店・コンシューマの**莫大なデータ**を活用する。また、**1,000人の営業マン**を通じた**最新の飲食店情報**を得ることで解消。

②

生産者支援セミナーを受講。
マーケティングの基礎(ターゲティング・ポジショニング・**SWOT分析**・販売戦略)、**キャッチコピー講座**、**宣材作成(デジカメ)講座**等を用意。

③

WEB食材紹介ページの作成で商品情報発信。
ECサイトでネット通販に挑戦。
マルシェ・ジャポンに出店して**対面販売**を経験。
商品展示会へ出展して**飲食店に直接PR**。
多方面への情報発信と販売が可能になる。

④

自治体・地域の**支援・協力**を得て
ぐるなびプロモーションを展開することで**可能に!!**



第5章 ぐるなびPROメンバー(GPM)への参加・登録

② ぐるなびPROメンバー(GPM)の手続き

今回参加の皆さんの代理人は
宇野と申します。

【ぐるなびPROメンバー(GPM)】の申し込みにつきましては、
お手元の申込書に必要事項記入・ご捺印の上、代理人あてにご送付ください。

今回は来年1月の【GON商品展示会】への出展を目標としますので、
10月23日(水)を第一次締め切りとさせていただきます。

加入時期など各種ご相談は代理人が対応させていただきます。
ご遠慮なくお申し付けください。

本日はありがとうございました
お手元のアンケートにご協力ください

