○○グループ　戦略MAP

会社の目標

「○○ブランドを世界へ」
『○○な味』＋『おもてなしの心』＝○○グループ

お店の目標

売上　A店　年○,○○○万（○○○万/月）
　　　B店　年○,○○○万（○○○万/月）

会計的分析

- 売上の増加
  - 客数の増加
    - リピート率の増加
    - 新規獲得
  - 客単価のUP
    - 注文数UP
    - 一点単価UP
- 経費の削減
  - 原価
    - 適正な原価率
  - 人件費
    - 適正な人件費
  - その他
    - 良い経費削減と悪い経費削減

営業戦略

- 顧客管理
  - ○×△の作成　重要度 ★★★　緊急度 ★★★
  - ○×△の活用　重要度 ★★☆　緊急度 ★☆☆
- ランチ新規獲得
  - ○×△向け　重要度 ★☆☆　緊急度 ★☆☆
- ディナー新規獲得
  - ○×△の獲得　重要度 ★★★　緊急度 ★★★
  - ○×を拡げる　重要度 ★☆☆　緊急度 ★☆☆
- 土曜日の売上UP
  - ○×△向けサービス　重要度 ★☆☆　緊急度 ★☆☆
- オペレーション改善
  - ○×△の共有　重要度 ★★★　緊急度 ★★★
- 心地よい空間
  - ○×△　重要度 ★★★　緊急度 ★★★
- 店内掲示
  - ○×△の作成　重要度 ★★★　緊急度 ★☆☆
  - ○×△の活用　重要度 ★☆☆　緊急度 ★☆☆
- メニューブックの改良
  - ○×△メニュー　重要度 ★★☆　緊急度 ★☆☆
  - ○×メニューの活用　重要度 ★★★　緊急度 ★★☆
  - ○×△の活用　重要度 ★★☆　緊急度 ★☆☆
- 新メニューの開発
  - ○×の把握　重要度 ★★★　緊急度 ★☆☆
  - ○×△の改良　重要度 ★★★　緊急度 ★☆☆
- メニューの改良
  - 既存メニューの○を変更　重要度 ★★★　緊急度 ★☆☆
  - 新メニューの開発　重要度 ★★☆　緊急度 ★☆☆
- レシピ通りの調理 歩留まり率の改善
  - ○×△の作成・○×の共有　重要度 ★★☆　緊急度 ★☆☆
- シフトの管理
  - ○×制度　重要度 ★★★　緊急度 ★★★
- 意識改革
  - 毎月の報告　重要度 ★★★　緊急度 ★★☆

具体策