

## 飲食店の「攻めの営業」を支える IT 活用術

～販促コストを削減しても予約と固定顧客が増えるワケ～

ホームページ、ブログ、メルマガ、アプリと、既存顧客をはじめ、見込み顧客や潜在顧客などターゲット層とのコミュニケーションに使用されている IT ツール。特に変化が激しく競合ひしめく飲食業界では、店舗の生き残りをかけ、販促コストを捻出し積極的に使用しているケースが多く見られますが、最新の IT ツール情報に追いついていない、「使用」はしていても「活用」できていない感がある、ツールを複数使用すると販促コストが膨れ上がる、など、ハードルの高さは否めません。では、販促コストを大幅に削減しながらも、飲食店における「攻めの営業」を支える IT 活用法とは？

### ～王道の販促ツール～

昨今の飲食業界では、販促活動の代表的なツールとして、グルメサイトが広く使用されています。あるサイトは、飲食店主体の宣伝ページにユーザーを誘導することにより実店舗への来店促進を、またあるサイトは、飲食店ごとのページがユーザー発信の情報や評価などで構築されているため、生の声を広く知らせることで来店促進を支えています。

実際に、大田区のイタリアンレストラン「A」でも、有料グルメサイトを2つ使用していました。販促コストが大きな懸念点としてあったものの、「より多くの人にうちの店を知ってもらいたい。」という想いから、お得なキャンペーン情報や割引クーポンをグルメサイトの店舗ページに頻繁に記載し、新規顧客の来店を待っていました。すなわち「待ちの営業」だったのです。不特定多数の多くのユーザーに店舗ページを閲覧してもらえるだろうという期待の一方で、閲覧したユーザーへのダイレクトなコンタクトも既存顧客とのコミュニケーションも取れない状況へのジレンマも感じていました。

そこで、次に取り組んだツールがメルマガでした。店舗のホームページ訪問者や来店顧客のメールアドレスを収集し、新メニューの紹介や割引特典などのメッセージを積極的に送信しました。しかし、登録されているメールアドレスはフリーアドレスの場合が多く、期待を大きく下回る開封率だったため、来店促進への効果を実感することができませんでした。

### ～王道からの脱却～

そのような背景から、カードフリー。アプリフリー。ストレスフリー。な店舗向けポイントサービス「dodo ポイント」の運用を開始。「導入のポイントは、今ではナンバーポータビリティの影響でほぼ変わることがない携帯番号を ID としている点と、ポイントをきっかけに来店顧客が登録した携帯番号に、SMS(ショートメッセージ)を通じてピンポイントでクーポンが送信できる点。

このツールの活用は、それまでの『待ちの営業』に対するジレンマを一気に払拭し、『攻めの営業』を可能にしてくれました。」

また「A」では、このクーポン送信機能を最大限有効活用するため、例えば (a.) 事前予約で特典がもらえるキャンペーン、(b.) 「dodo ポイント」の顧客情報欄に入力する顧客のオーダー内容を元に好みを把握し、新しく入荷したワインやその日入った新鮮な魚のお知らせ、など、顧客に響くクーポンになるよう工夫を凝らしている。(a.) の場合は、送信から数日間予約客で満席になり、(b.) の場合は、問い合わせが増える、など、「攻めの営業」が既存顧客の定着や売上向上に功を奏す結果となり、改めて飲食店における「攻めの営業」の重要性を認識しています。

### ～「販促コスト削減」と「予約+固定顧客増加」は共存可能～

「dodo ポイント」の導入以降、有料グルメサイトの使用を止めた「A」。その理由は、予想を大きく上回る結果が出たにも関わらず、「dodo ポイント」の毎月の利用料はというと、ランチで来店した顧客が1組でもディナーで再来店すれば、十分に負担できるものだから。また、モバイルメッセージはリアルタイム送信が可能のため、顧客からのレスポンスも早く、これまで不可能だった店舗から顧客へのダイレクトなアプローチがスムーズかつスピーディーに行えること。これは、特に集客が弱い雨の日や週半ばを中心に高い効果を発揮しています。

飲食店が、販促コストの削減を重要課題として検討する時、優先的に削減対象になりがちな販促ツール。しかし、その使用を止めることで顧客が減少するのではないかという不安が頭を過ぎることも少なくないはず。「飲食店飽和状態」「〇〇激戦区」と声高に叫ばれる時代に、固定顧客を増やし、強くたくましく生きる術。それは、「販促コストにいくらかけるのか。」ではなく「自分の店舗にベストマッチする販促ツールは何か。」の模索から始まるのかもしれない。

#### 【「dodo ポイント」の概要】

株式会社 Spoqa が提供する「dodo ポイント」は、店舗に設置されたタブレットにお客様が携帯番号を入力するだけで登録・ポイント付与・ポイント利用が可能で、これまで日本になかった「カードフリー。アプリフリー。ストレスフリー。」な店舗向けポイントサービスです。ポイントカードで膨れ上がったお財布やスマートフォンに溢れるアプリに対するわずらわしさを解消することで、お客様の利便性の向上を実現いたします。

海外での急激な成長を背景に、2015年5月から国内においてもサービスを開始。飲食店や小売店をはじめとした幅広い業種の店舗様に、その使いやすさと効果の高さを実感していただいております。

#### 【本件に関するお問い合わせ先】

株式会社 Spoqa 広報担当：日高

TEL: 03-6869-3610 / FAX: 03-6869-3611

URL: [dodopoint.jp](http://dodopoint.jp) / Email: [tokyo@spoqa.com](mailto:tokyo@spoqa.com)