

# クーポン活用術

来店動機のため？違います！クーポンはお客様とのコミュニケーションツールです！

## クーポンの考え方

飲食店の多くでクーポンが活用されています。お会計時にクーポンの有無を確認するオペレーションを必ず行うよう、スタッフ教育をしている店舗も多くなってきました。これはお客様の意識をクーポンへ向けさせ、再来店していただくための仕掛けとして店舗がクーポンを使用しているからです。

フリーペーパーやインターネットなど、クーポンはいたるところで目にします。ここで考えます。お客様の再来店を目的としたクーポンを出さなくなったらお客様は来なくなるのでしょうか。結果はわかりません。

なぜなら、クーポンを発行している店舗の目的はお客様の再来店だとして、お客様が店舗を利用する目的が分からないからです。

店舗はお客様に再来店していただき、来店回数を増やして、売上を上げる。だからクーポンを配布する。この繰り返して売上

を作ろうと考えます。この考え方が間違っているとは言えません。なぜなら、売上は客単価 × 客数でしか計算できないからです。そのため、来店頻度の向上は客数の増加に繋がり、売上に必ず直結します。

では、お客様が店舗を利用する目的とは何でしょうか。その視点でクーポンを考えると違う活用術が見つかります。

## お客様のランク付け

お客様が店舗を利用する目的とはなんでしょうか。それはお客様のランクによって変わります。ランクとは、来店実績のない見込み客、初めて来店されたトライアル客、何回も来店があるリピーター客、そして、お店を好きになってもらい、顧客1人当たりの生涯消費金額を使用していただく常連客です。このランクによってお店に求めるもの=目的が変わると考えられます。

店舗の存在を知らなかった人が、何らかの店舗情報を知ることで見込み客として判断します。広告やCM、Web など情報が飛び交う現代で、一番多いランクと言えます。

次に、トライアル客とは、店舗の存在を知って、実際に来店したお客様をさします。店舗の存在を知らなければ来店することはできません。そして来店してから、もう一度来店していただくことで、お客様をリピーターとして捉えます。

最後に、常連客のお客様は、何回も来店することはリピーターと同じですが、判断する重要な部分として、顧客1人当たりの生涯消費金額を消費という部分です。これは、外食で使うと想定していた消費金額を、他店舗へ使用するのは無く、すべてを自店舗で使用してもらうという考えです。これを実現できる理由は、お客様が店舗に対して、魅力

を感じ、好意を抱いているからこそ、起こることです。

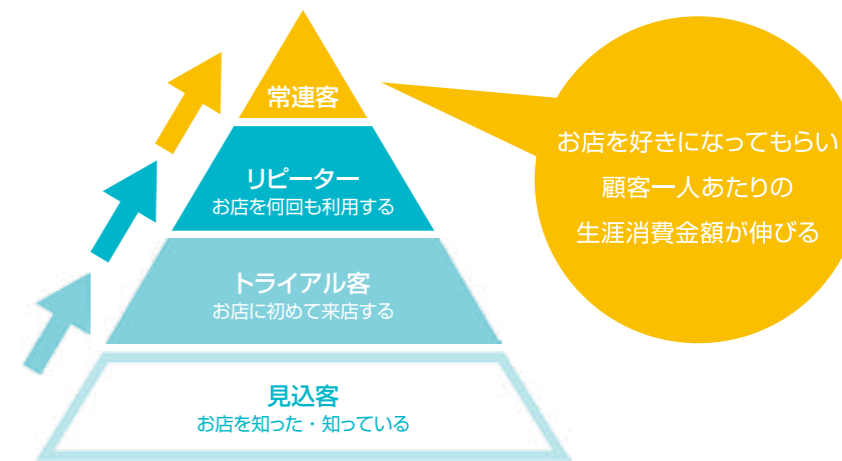
常連客のお客様は、魅力を感じてお店を利用していただけのお客様であるからこそ、「クーポンが無いからや、お得にならないから」という理由だけで来店しなくなることはありません。

そのため、常連客へ成長させるためには、店舗側の目的だけのクーポン活用術では難しいです。なぜなら、見込み客からリピーター客までは、10%OFFクーポンや、ドリンク 1 杯無料、あら汁 1 杯無料などと言った、お得なクーポンを定期的に配布することで成長させることが可能な一面もありますが、「お得になるからお店に行く」だけでは、逆の意味として「お得にならないければ行かない」ということでもあるからです。リピーター客の獲得は常にお得感=値引きをしなければ得られないということになってしまいます。

そこで、リピーター客から常連客へ成長させるためには、お客様視点で店舗を捉え、お客様にとっての魅力は何かを考える事が重要になります。

## お客様を常連客へ「成長」させる

ある店舗ではクーポンの内容に、必ずスタッフとの交流を持たせるよう取り組んでいます。例えば、店長とじゃんけんで勝ったら10 %OFFや、スタッフの



誕生日のお祝いで一皿サービスなど、お得感にプラスしてスタッフであるヒトが登場します。ヒトが登場することで、お得感だけでは無く、提供する際の演出を行い、お客様に店舗の魅力を感じてもらいます。

今まで、飲食店にとっての経営指針であったQSCに、雰囲気のAtmosphereをつけ、QSCAとして考えることも主流になった中で、お店の魅力を伝える演出、雰囲気はとても重要になります。店舗は商品だけでなく、ヒトを前面に出し、お客様とのコミュニケーションや演出で雰囲気を作りだします。雰囲気の向上をさせるためのクーポンとして活用している店舗は、自店舗の強みや魅力を見つけ出したか、もしくは模索している店舗だと感じます。

飲食店は、食べ物を売っていますが、その「物」に目には見えない付加価値を付けることで、それをお客様にとっての魅力に変えます。「物」をお客様にどのように演出するかで、「物」から出来事のような「コト」に変え、店舗の魅力を最大限伝えることが

できます。その伝える一つの演出方法として、クーポンがあります。クーポンの価値を変えるのは、お客様の視点でお店を見ているかどうかです。店舗の魅力を誰よりも知り、すべてのお客様へも伝えることができれば、お店の魅力を最大限伝えるクーポンの新たな活用術が見えてきます。クーポンには今までの「物」売りではなく、「コト」売りとしての機会を作るきっかけづくりができます。

店舗運営をしていると、どうしても、売方や毎日の営業に集中してしまい、店舗視点になってしまいます。だからこそ一度、お客様の視点でお店のコンセプトや魅力、強みは何なのかを考え、発見し、お得になるだけではない「このお店だからこそ」の魅力を伝えるクーポンを考える必要があるのです。それが、リピーター客から常連客へ成長させる重要なことではないでしょうか。

今回は弊社がご提供するポイントカードについてのトピックをお伝えします。

## ウェディングパスのご紹介

弊社がご提供している順番待ちシステム(ウェディングパス)は、上記でご紹介している内容に対応しております。コンセプトは【お客様に特別感を】お客様との絆づくりをお手伝い致します。

クーポン発券機能は、Web会員のお客様に向けて、メールと一緒に配信が行えます。トライアル客やリピーター客へのアプローチが可能です。ただ、近年メールを活用した運用がなかなかうまくいかないといったお話しもいくつかあります。これらは、IT社会

が進むことによるセキュリティ対策であり、幅広い世代のお客様にアプローチする店舗では、高い年齢層にはかなり厳しい状況かと思われます。しかし、ウェディングパスではこのような悩みも解決できます。

メールクーポンなどはよくメール画面提示で使用されます。これは、メールが届いていないとご利用いただけないことや、レジでの確認で有効期限切れに気づかないなど、人為的な誤りも発生する可能性があります。

ウェディングパスでは、登録していただいたお客様向け、メール付きクーポンを送り、そのお客様にメールが閲覧されなくても、店舗に来られた際に、順番待ちをご

利用していただくか、クーポンを探す機能を使用いただければ、今お使いいただけるクーポンが表示されます。

この仕組みを使って、ある店舗様では、受付端末に、「会員証をかざすとクーポンがあるかも?」といったPOPを掲示し、店舗に来ると何かあるといった楽しさを付与していらっしゃる店舗があります。これは、リピーターまでの成長を促せる効果があります。リピーターまで成長出来れば、あとは自店舗の魅力を最大限伝えるクーポンに切り替えるだけです。

お客様の来店履歴などの情報も管理できるからこそ、店舗からもお客様をランク付けしやすく、特定のお客様を狙っ

たクーポン戦略が出来るのもウェディングパスの大きな特徴のひとつです。



## 予約台帳システム TORETA × SNS で 集客効果アップ!

TORETA は予約に関わる業務効率化を実現します! さらに SNS で集客効果をアップします! お客様のランクを成長させるために 欠かせない顧客管理機能で店舗の売上アップを支えます!

ご相談・お問い合わせはこちら(平日9:00~17:45)

TEL: 052-896-5511 担当 佐田