



Café Dining PACO (岡山県倉敷市)



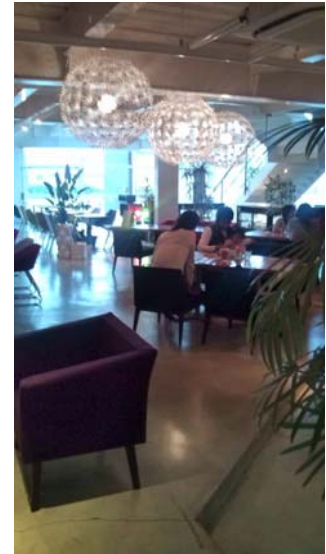
「こんなにスゴイ販促サービスはない」と断言する眞山さん。クーポン誌への無駄な広告掲載を止めることができ、なんと年間96万円の節約に成功。

☆クーポン誌の集客に頼るのではなく、自分で囲い込むのです。

【 代表の眞山さんの声 】

他と比べてとにかく費用対効果が抜群に良いのがタッチャンですね。ホットペッパーや地元のクーポン誌(編集部注:「イーノ」)を使っていましたが、比較すると、それはもう桁外れの効果です。ホットペッパーは毎月12万円で、集客効果はだいたい月30名~50名、イーノは毎月8万円で月20名~30名の集客効果でした。まあまあでしょ。

一方、タッチャンの場合は、毎月のコストはたったの7000円なのに、メール1回当たり平均120~150人もの集客効果があるんですよ。例えば、3月に誕生日だった会員様400人程に、誕生日メールを配信したところ、来店してクーポンを使用した方は40人。なんと約10%の再来店率。1グループの平均は3人の為、120人が来店したことになります。平均客単価3,000円くらいなので、1回のメール配信で、36万円の売上増という効果を出せたことになります。



☆見知らぬ人へのクーポンばら撒きの時代はもう古いでしょ。

「ホットペッパーなどは確かに来店効果はありますが、その読者はクーポン目当ての方々が多くて、実はこれがなかなか定着しない。」「正直、一生懸命営業して利益を出しても、クーポン雑誌などへの広告費で消えていく。悔しい。でも止められない(笑)。でもタッチャンの登場により変わったんですよ!」と明るく語る眞山さん。

実は3月には、誕生日以外のタッチャン会員のうち2ヶ月以上来店していないご無沙汰なおお客様にもメールして、お得な限定セットメニュー(1500円)の案内をしました。その結果、20人が来店して限定セットメニューをオーダー。1グループの平均人数が3人なので、60人の集客効果となり、9万円の売上を上乗せという効果でした。つまり、3月だけで、タッチャンは合計45万円も売上を増やしてくれました。それなのにコストは7000円。ね、すごいでしょ(笑)。疎遠なお客様にもアプローチできるんですよ。

クーポン目当ての読者へのクーポンばら撒きをやめ、「常連客への還元」や、「ご無沙汰客の割引誘導」をすることでしっかりと囲い込みができるようになったと語る。商売の原点に戻れた自信が、笑顔には満ち溢れていた。

4月には、店舗の1周年記念キャンペーンとして、半年で3回以上来店してくれたタッチャン会員限定で、店舗オリジナルバッグプレゼントメールを送ったところ、24%の方が再来店してくれました。10回以上来店してくれている常連さんはなんと全員再来店してくれたんですよ。無駄な広告費をカットして、常連客への還元に使うことができた。私は、これを一番やりたかったんですよ。だって商売の原点でしょ。



☆カットした掲載料96万円は、3,200人のお客様への還元に使います。

「無駄な広告コストをカットして、お客様への還元に使うべきだ」と眞山さんは力強く訴えています。

クーポン誌にコストをかけて掲載しても、何人が来店してくれるのかは、はっきりとはわからない。どんどん競合は増えるし、日本の景気も悪い。お客様が少ない月は、本当に気分が落ちますよ。フード・ドリンク原価を考慮すると結局赤字ということもあるんです。これは厳しいですよ。

実は、タッチャン会員が1万人を超えたタイミングで、イーノを解約しました。年間で約96万円のコストカットです。そして、今はこの96万円をお得なクーポンとしてお客様に還元しています。それは、実際に再来店したお客様だけが使えるお得なクーポンです。つまり、300円のクーポンで還元するとしたら、3,200人が来店してくれます。しかも、喜んでくれる。これは、何人来店してくれるかわからなかったクーポン誌とはぜんぜん意味が違いますよね。この凄さがわかりますか？たぶん、クーポン誌を使っているお店の人なら僕の話はわかるはずですよ。共感した方、よかったですらぜひ一度、話を聞きに来てくださいね(笑)。

☆「お客様はコントロールできる」と感じた。タッチャンだからそれはできるんです。

タッチャンだからこそできる機能として、ピンポイントなメールの配信があります。最近来店していないお客様だけを選び出して、とっておきのクーポンを配信する。来店頻度がとれるタッチャンだからできることです。

浮いたコストで、最近はピンポイントなクーポンメール配信をしています。例えば、以前は良く来てくれていたのに、ここ最近ご無沙汰な主婦の方々を対象に、『本日、午後2時～4時の間に使えるアイスクリーム(原価100円)のクーポン』を正午過ぎにメールするんです。それも「3人以上でご来店の場合に限る」という条件で。常連さん以外に送るのがミソですよ(笑)

例えば、対象となる方が200人くらいだとすれば、間違いなく15人は来店すると思います。それも皆さん3人以上で。つまり45人はいらっしやるわけです。すごいでしょ。

タッチャンを使えば、お客様はコントロールできるんです。これは私も初めて知った感覚です。(笑)

☆会員登録は毎月2,000人。来店履歴もとれる。これがタッチャンのすごさです。

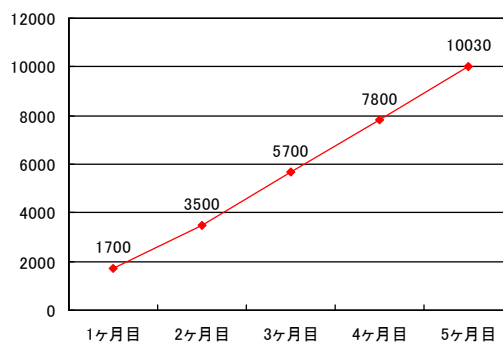
PACOさんの成功は、まずは会員数をしっかりと増やしたところにあります。

タッチャンには、お客様がタッチしてどんどん会員になる仕掛けがあります。PACOさんでは、毎月2,000人以上が会員になっていて、半年で12,000人を超えました。「さすが、『タッチャン』という名前だけありますね」と眞山さんは笑います。

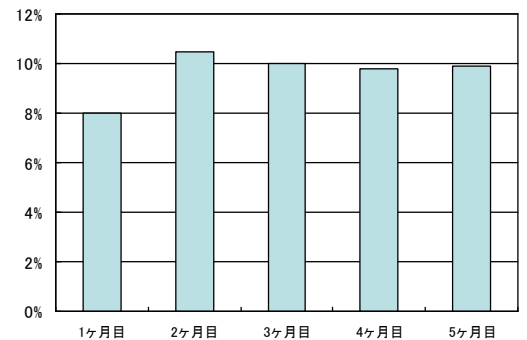
どんどん会員は増えています。登録率は50%以上ですね。タッチャンはキャラクターはかわいいのに実力はすごい(笑)日本全国広まっている理由がとてもよくわかります。

これからもさらにタッチャン会員を増やしていき、どんどん良い循環を作っていこうと思います！！

会員数推移



直近1ヶ月間の再来店タッチ数



店舗Data
Café Dining PACO
住所: 岡山県倉敷市新田2961
電話: 086-427-7117