

ポイント活用事例 - CASE STUDY -

事例に関する資料請求

<https://tsite.jp/fs/contact/index.pl>



【客数UP】肉の日（29日）Vポイント29倍キャンペーン

▷客数が2倍にUPした、焼肉店の事例



肉の日（にくの日）である29日に「Vポイント（旧名称：Tポイント）29倍」キャンペーンを1日限定で開催。1ヶ月前からの事前告知を行い、客数が平常日の2倍にUP！

業種： 焼肉店（飲食業）

区分： 事例

焼肉店は日本を代表する飲食業態の一つであり、お客様が自分のペースで食事を楽しめることや、豊富な種類のメニューが揃っていることなどから多くの人々に親しまれています。その独特な味わいや楽しさから人気の高い焼肉店ですが、競争も激しく差別化や集客力の確保が必要です。

今回は、集客最大化のため肉の日（29日）にTポイント29倍のキャンペーンを1日限定で開催。実施1ヶ月前から事前告知を行い客数が平常時の2倍にUPした、焼肉店のポイント活用事例をご紹介します。

┃目的 ・ 共通ポイントを活用した集客の最大化

┃施策 ・ 肉の日（29日）にTポイント29倍キャンペーンを開催

┃効果 ・ 1ヶ月前から事前告知を行い、客数は2倍にUP

ポイント活用事例 - CASE STUDY -

事例に関する資料請求

<https://tsite.jp/fs/contact/index.pl>

【客数UP】肉の日（29日）Vポイント29倍キャンペーン ▷客数が2倍にUPした、焼肉店の事例

（目的）共通ポイントを活用した集客の最大化

今回ご紹介する焼肉店では、共通ポイントを活用した売上最大化を目的にお取り組みをされました。

売上を上げるためには、下記の売上公式を基準に考えると分かりやすいです。

（公式）売上＝客数×来店頻度×客単価

具体的に今回行ったのは、

- ◇「客数」UPのため、インパクトある内容（肉の日ポイント29倍）でのキャンペーン実施
- ◇「来店頻度」UPのため、1ヶ月前からの事前告知を行い、既存のお客さまへの再来店促進

の2点でした。



ポイント活用事例 - CASE STUDY -

事例に関する資料請求

<https://tsite.jp/fs/contact/index.pl>

【客数UP】肉の日（29日）Vポイント29倍キャンペーン ▷客数が2倍にUPした、焼肉店の事例

（施策）肉の日（29日）にVポイント29倍キャンペーンを開催

この焼肉店では、ポイント活用としてまずは、肉の日（にくの日）である29日に「Vポイント（旧名称：Tポイント）29倍」のキャンペーンを1日限定で行いました。

お客さまにもしっかり覚えていただけるよう、焼肉店らしく「肉の日（にくの日）」の開催にしました。

当日の効果最大化のため、1ヶ月前から「店頭ポスターやうちわでの告知」や「新聞広告やWEBサイトへのバナーや広告の掲載」などでキャンペーンの事前告知をされました。

焼肉店はグループ利用も多く、日常使いや、記念日やお祝いなどの特別な日の利用など、幅広いシーンでご利用いただけるため、事前告知を行うことは、お客さまがあらかじめ予定を合わせて立てやすいといったメリットもあります。





【客数UP】肉の日（29日）Vポイント29倍キャンペーン ▷客数が2倍にUPした、焼肉店の事例

（結果）1ヶ月前から事前告知を行い、客数は2倍にUP！

キャンペーンの1ヶ月前から事前告知を行い、客数は平常時の2倍にUPし、結果売上も上がりました。

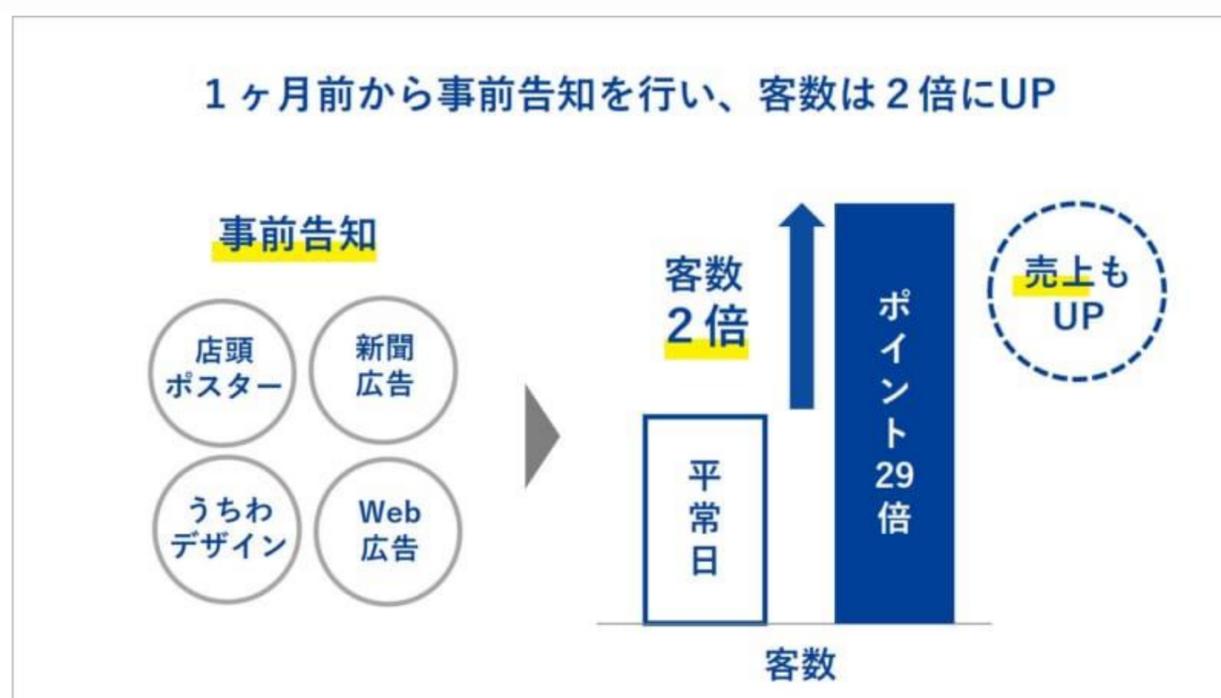
「ポイントが貯まりやすい」ことで、お客さまへの来店促進となりました。
また、「事前告知」をすることで当日の集客の最大化に繋がられ、新聞広告やWebサイトへのバナーや広告掲載では新規客の呼び込みにも繋がったのだと思います。

そして、ポイントへの意識が高いポイ活ユーザー（買い物などによってポイントを貯めたり、貯めたポイントを活用したりする活動をするユーザー）にも、このポイントがお得に貯まるキャンペーン内容は有効的だったと思います。

また、利用客のうちT会員のお客様は平常時の31%も多く、T会員の組数は平常時の2倍以上という結果でした。

お客さまの利用分析が行える点も、共通ポイントの強みです。

その後、どのくらいの方にリピートしていただいたのかなどの確認も行えるため、実績を踏まえた次のキャンペーンやお取り組みの検討にも繋げていただくことができます。





【客数UP】肉の日（29日）Vポイント29倍キャンペーン ▷客数が2倍にUPした、焼肉店の事例

（まとめ）焼肉店の客数UPのポイント活用事例

今回、この焼肉店が行った「集客最大化のため肉の日（29日）にTポイント29倍のキャンペーン」では、キャンペーンの事前告知を行うことで、お客さまへの認知UPとなり当日の効果を最大化させることができました。

そして、キャンペーンを「値引き」ではなく「ポイントが貯まりやすい」としたことで、次回お客さまが来店の際に、貯まったポイントでお得に食事を楽しんでいただけることも、再来店の促進につながります。

また、計画的なキャンペーンの開催により、不要な値引きやキャンペーンを乱発する必要がなく、顧客満足度を高めながら店舗の利益UPに繋がっていただくことができます。

この他にも、焼肉店では「レシートクーポン」による来店促進も効果的です。

Tポイントでは、お客さまの来店回数やクーポン内容を店舗が選んで発券していただくことが可能です。

例えば、初めてご来店のお客さまへ、次回使えるポイント10倍のレシートクーポンを発券することで、次回の再来店に繋がりがやすいという実績もございます。

今回ご紹介したお取り組み事例に興味を持たれた店舗さまは、是非お気軽にCCCMKホールディングスまでお問合せください。