

## ポイント活用事例 - CASE STUDY -

事例に関する資料請求

<https://www.cccmkhd.co.jp/inquiry/tpoint/>



### 【顧客満足度UP】お会計時にポイント利用促進のお声かけ ▷ 月間の利用数が付与数の4倍を上回るパン屋の事例

＼お会計時にポイント利用のお声かけ／  
ポイント利用数が付与数の4倍を上回る

パン屋の事例

顧客満足度UP

お会計時に、お客様へポイント利用促進のお声かけを行い、お客様の月間ポイント利用数が付与数の4倍を上回る！

業種：物販（パン/ペーカリー/サンドウィッチ）

区分：事例

パンは日常的に親しまれる食品のひとつです。主食としても嗜好品としても多くの方に好まれ、朝食やランチ、おやつやカフェなど幅広いシーンで楽しまれています。また、パン屋は駅前や商店街、スーパーの店内などわたしたちの普段の生活に馴染んでおり、味や種類も豊富で商品単価も高すぎずお客様のリピート利用も高いため、共通ポイントが貯まりやすく使われやすい業種です。

今回は、お客様がお会計の際、恒常的に「ポイント利用促進のお声かけ」を行い、お客様への付与ポイント数に対し、利用ポイント数が4倍を上回る顧客満足度の高いパン屋のポイント活用事例をご紹介します。

Ⅰ 目的 ・ **ポイント利用促進**による**顧客満足度UP**

Ⅰ 施策 ・ お会計時 **恒常的に**お客様へ**ポイント利用促進のお声かけ**

Ⅰ 効果 ・ 付与ポイント数に対して**利用ポイント数が4倍以上！** **値引きコストの削減**にも

## ポイント活用事例 - CASE STUDY -

事例に関する資料請求

<https://www.cccmkhd.co.jp/inquiry/tpoint/>【顧客満足度UP】お会計時にポイント利用促進のお声かけ  
▷ 月間の利用数が付与数の4倍を上回るパン屋の事例

## 日常利用が多いお店は ポイントが貯まりやすく使われやすい

今回ご紹介するパン屋さんには、月間のお客さまへの付与ポイント数に対し、利用ポイント数が4倍を超える、顧客満足度が高いお店です。

パン屋のような日常利用が多い業種は、お客さまが頻繁に来店されるため、ポイントが貯まりやすく使っていただきやすい傾向があります。

お店側は、お客さまにポイントを貯めていただくことで再来店のきっかけ作りができ、お客さまは会計時にポイントを利用できるため、よりお得にお買い物を楽しむことができます。それにより、顧客満足度UPにも繋がりお店のファンになっていただくことができます。

また、日常的に来店シーンの多いスーパーや飲食店、小売店なども、パン屋同様お客さまがお会計時にポイントカードを出してポイントを貯める習慣があり、貯まったポイントを次回のお買い物に使うという文化が根付いていることも多いです。

そのような日常利用が多い業種へ共通ポイントを導入することによって、顧客満足度が上がり他店よりも選ばれやすくなり、さらにはお店のファンを増やすことに繋げていただきやすくなります。

## 日常利用が多いお店は ポイントが貯まりやすく使われやすい



## ポイント活用事例 - CASE STUDY -

事例に関する資料請求

<https://www.cccmkhd.co.jp/inquiry/tpoint/>【顧客満足度UP】お会計時にポイント利用促進のお声かけ  
▷ 月間の利用数が付与数の4倍を上回るパン屋の事例

## お客様の利用ポイント数は 翌月本部からお店に戻る仕組み

お会計の際、お客様がポイントカードを提示してお買い物をすると、お会計金額に応じてポイントが貯まります。

貯まったポイントは1ポイント=1円分として、お買い物などで使えるため、お客様は好きなタイミングで会計金額から値引きをすることができ、顧客満足度UPに繋がります。

お客様への「付与ポイント」はお店側の負担ですが、「利用ポイント」は翌月精算され、Vポイント本部（CCCMKホールディングス）からお店側に戻るため、利用ポイントが付与ポイントを上回った場合お店の実質負担はありません。

つまり、ポイントを使っただけはいただくほど、値引きコストの削減となり、お店の負担なしで顧客満足度をUPできるということになります。

また共通ポイントは、他のお店でもポイントを貯めていただけるのもメリットの1つです。

お店独自のポイントカードや販促をする場合には、値引き分は費用として発生しますが、共通ポイントはそれをお店側のオペレーション次第でなくすことができるため、ご加盟のメリットとしても評価いただいております。



## ポイント活用事例 - CASE STUDY -

事例に関する資料請求

<https://www.cccmkhd.co.jp/inquiry/tpoint/>【顧客満足度UP】お会計時にポイント利用促進のお声かけ  
▷ 月間の利用数が付与数の4倍を上回るパン屋の事例

ポイント利用促進には お会計時のお客様へのお声かけが効果的

店頭でお客様にポイントを使っていただくコツは、お会計時の「お客様へのお声かけ」です。

商品の単価が比較的低いパン屋のような業種では、「お会計金額の端数分をポイントから利用」いただくことで、お客様が小銭を支払う手間が省くことができます。

値引いた金額で別の商品をついで買いされるお客様もいらっしゃいます。

また、「貯まったポイント数をお伝えする」のも効果的で、お客様にポイントをより意識していただき、使っていただきやすくなる傾向もあります。

お店の入り口やレジ周辺、店内の告知物など、「お客様が見える場所に共通ポイントの告知」があることも、認知をあげ、お客様に意識していただくための大事なポイントです。

ポイント利用促進のコツは お会計時のお客様へのお声かけ

ポイントのご利用は  
いかがでしょうか●●ポイント  
貯まっております端数のご利用も  
可能ですいつもご利用  
ありがとうございます

## ポイント活用事例 - CASE STUDY -

事例に関する資料請求

<https://www.cccmkhd.co.jp/inquiry/tpoint/>【顧客満足度UP】お会計時にポイント利用促進のお声かけ  
▷ 月間の利用数が付与数の4倍を上回るパン屋の事例

## お客様のポイント利用が多い＝顧客満足度が高い

今回ご紹介のパン屋さんは、月間のお客様への付与ポイント数に対し、利用ポイント数が4倍を超える、顧客満足度が高いお店です。

店頭でお客様にポイントを使っていただくコツは、お会計時の「お客様へのお声かけ」と、お店の入り口やレジ周辺、店内の告知物など、「お客様が見える場所に共通ポイントの告知」があることでした。

お客様が貯めたポイントをお店で使っていただくことは、顧客満足度が高いといえます。

お店の常連やお店のファンになっていただくことで、再来店に繋げることができ、お店の売上や利益UPに繋げることもできます。

今後も、顧客満足度を高めるため、共通ポイントを通じたお店のお取り組みやサポートを一緒に行っていきます。

