

飲食店向けCRMツール「トレタスタンプ」提供開始！ LINEとの連携で、顧客行動に合わせた販促が展開可能に

https://toreta.in/jp/useful/toreta_stamp001/



外食DXで飲食店の課題解決に貢献する株式会社トレタ(本社:東京都品川区、代表取締役:中村 仁)は、飲食店向けCRMツール「トレタスタンプ」の提供をスタートします。

トレタスタンプは、飲食店における顧客の来店履歴を蓄積し、CRMに活用することができる飲食店向けDXツールです。お客様は来店時に自身のスマホでQRコードを読み込むことで、最短2タップで会員登録ができ、来店回数や飲食代などに応じて割引や特典を受けることができます。一方、飲食店は蓄積した会員情報や来店履歴のデータを活用することで、お客様の来店頻度やご利用状況に合わせて、きめ細かい来店促進施策や販促活動を実施できるようになり、LINEやメールを通じた顧客とのコミュニケーション施策の幅を広げることができます。これにより、自店のファン作りや顧客との関係性の把握、再来店促進などのCRM活動を支援します。



■背景

飲食店や小売店では、販売促進のひとつとして来店客にスタンプカードを配布し、来店回数や購入金額などに応じてスタンプを押し、再来店や購買促進を行って来ましたが、紙のスタンプカードでは顧客の来店履歴をデータとして正確に把握できず、効果的な販促活動につなげることは困難でした。近年、紙のスタンプカードに代わっ

て、スマホアプリを活用したスタンプカード機能も続々と登場していますが、来店客側の登録が煩雑であったり、店舗でのオペレーション、システム開発初期投資、運用担当者やコストの課題などにより、飲食店が手軽に導入できるものではありませんでした。

新型コロナウイルス感染症の発生により、飲食店の来店人数は2019年と比較し、最大で7%まで落ち込みました(2020年4月20日~26日の昨年同期比)。2021年10月に緊急事態宣言が解除され、客足は徐々に回復している中で、消費者は過去に来店したことがある飲食店を選ぶ傾向が強くなってきています。当社が保有する来店データでは、2020年6月1日~7日の1週間の来店のうち、その飲食店に初めて訪れた人は2019年同期と比較して約40%だったものの、3回以上の来店回数は約76%と36ポイントも高い結果でした。この傾向はコロナ禍の特徴的な消費者の動向であり、常連客やファンを多く持っている飲食店はコロナ禍で比較的ダメージを受けにくかったとも言えます。

■トレタスタンプの特長

(1) 高い費用対効果

紙のスタンプカードとは違い、印刷費がかかりません。紙のスタンプカードではできなかったデータ蓄積も可能です。また、アプリでのスタンプカードと異なり、スマホのブラウザを活用したSaaSモデルでの提供ですので、開発初期費用が不要、登録手数料と月額費用のみでご利用いただけます。

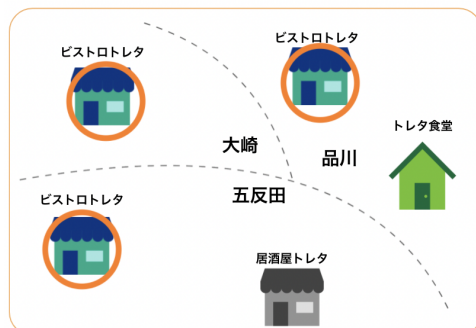
(2) かんたん登録

来店客は自身のスマホでQRコードを読み込み、最短2タップで会員登録ができます。WEBブラウザのためアプリダウンロードなどの手間がかかりません。さらにLINE公式アカウントを運用している飲食店なら、友だち登録も同時に完了します。お客様にとっても、飲食店にとっても、登録案内時の負荷が大幅に軽減します。

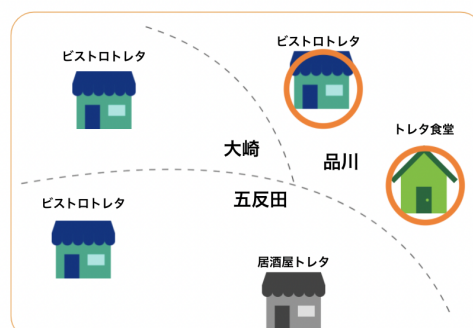
(3) データ利活用

トレタスタンプの管理画面から、飲食店が発行する独自の会員ID、メールアドレス、LINEのメッセージ連携IDといった会員情報を蓄積できるほか、誰が、どの店に、いつ来たか、やチケット利用履歴などの行動履歴データについても活用可能です。これらのデータは、トレタスタンプでの販促施策の展開に活用可能なだけでなく、メールアドレスによる名寄せでECサイト顧客データと連携分析を行うなど、他のツールとのさまざまなデータ連携も可能です。また、ブランドごとやエリアごとのデータ管理も可能ですので、多ブランド展開のチェーン店でもさまざまなデータ分析や施策展開、効果測定ができます。

例えば、ブランドで展開



例えば、エリアで展開



(4) 自社情報資産

トレタスタンプで取得したデータは、飲食店の自社情報資産として蓄積されるため、自社会員情報や会員行動履歴は、いつでもCSVで詳細データをダウンロード可能で、一般的な表計算ソフトで詳細分析も容易です。他ツールとの連携にも役立ちます。

(5) LINEプッシュ配信

トレタスタンプの管理画面から送信対象をセグメントしたLINEメッセージ配信を実施可能です。「今月、初めてスタンプを利用開始」「過去3ヶ月間に10回以上来店」「キャンペーン期間中にボトルワインを3回注文」など、スタンプデータを活用してさまざまなセグメント配信ができます。これにより、お客様一人ひとりにフィットしたメッセージや情報の配信することで、きめ細かなCRMコミュニケーションを実現します。

(6) htmlタグ設置

アプリではなくブラウザベースなので、WEBマーケティングツールとの連携自由度が高い点も大きな特長です。トレタスタンプの管理画面にて、簡単にhtmlタグを設置でき、アナリティクスなどの分析ツールとの連携やWEBプロモーションとの連携も簡単です。実店舗でも、ECサイトやWEBメディアに近いデータ管理やデジタルマーケティングが可能となり、店舗DXを簡単に始められるツールだとも言えます。

(7) 多彩な行動履歴を取得

トレタスタンプでは、同時に複数のスタンプ施策を展開できます。例えば、常設の来店スタンプのほか、季節限定キャンペーンや商品ごとのスタンプなど、1アカウントで複数のスタンプカードを同時に展開できます。これにより、多彩な行動履歴の取得が可能となります。

「食の未来を、アップデートする」をビジョンに掲げる株式会社トレタでは、トレタスタンプの提供を通じ、飲食店のファン作りをITで支援し、飲食店の販促費の軽減や適正化を図り、飲食店経営の安定に貢献します。

■株式会社トレタ概要

代表者	代表取締役 中村 仁
所在地	東京都品川区西五反田7-22-17 TOCビル 8F
資本金	1億円(2020年12月末時点)
設立年月	2013年7月
主な事業内容	飲食店向け 予約/顧客台帳サービスの開発・販売
URL	https://corp.toreta.in/

お問合せ先

株式会社トレタ 広報・PR担当

E-mail: pr@toreta.in

Tel: 03-6431-9006