

低コストで導入できる「モバイル・オーダー」で 集客・リピート率向上

コロナ禍で今までの社会の常識が通用しなくなった世界。ほんの1年半前まで毎日のように迎えていた客足が、こんなにも長く遠のくとは思っていなかったのではないのでしょうか。厳しい状況が続くなかで、顧客のニーズを的確に捉える集客方法で、顧客が戻ってきた後も、リピート客を醸成していくことが可能となる方法をお伝えします。

コロナ禍の今だからこそ準備するチャンス！

ファーストフード業界でいち早く導入されてきたモバイル・オーダー。コロナ禍の時代、モバイル・オーダーアプリのダウンロード数やモバイル・オーダーでテイクアウト注文する顧客が一気に増えました。

それはなぜか？なるべく他者との接触を避けたい、だけどたまには外食だってしたい！という切実な顧客のニーズにモバイルオーダーがマッチした結果です。

新たな戦略として注目の低コストで導入できる「モバイル・オーダー」とは？

飲食業界で注目の「モバイル・オーダー」活用に関するオンラインセミナーを開催します。

モバイルオーダーってどういうもの？という疑問から、すでにモバイル・オーダーを活用している秘伝の味・壺だれ唐揚げで人気の「すずや (<http://www.suzuya-group.com>) 」さんより事例を伺いながら、ぜひこの機会に未来に繋がる一手を一緒に考えてみませんか？

「モバイルオーダー」で変わるこれからの集客

少ないデータ量で顧客へのレコメンドを行うシステムを活用した「モバイル・オーダー」を活用し、テイクアウト対応での人員不足と業務負担を軽減しながら、新規の顧客開拓とリピート率向上を可能にする方法を、秘伝の味・壺だれ唐揚げで人気の「すずや」が実現。

具体的には、接客から商品を受け渡す会計までに要する時間を平均10分から3分程度に減らし、従来から7割もの業務負担を軽減しました。お客様の購買履歴に基づいたレコメンド機能を実装することで、もう一品のアップセルにも繋げることができます。

「すずや」が採用したのは株式会社ゼンク (<https://zenk.co.jp>) が提供するテイクアウト向けのウェブシステム。月額費用5,000円/月・店舗+同システムからの売上の1.2%が成功報酬で提供していますが川崎市内の飲食店様へは特別価格もご用意しておりますのでお気軽にお問合せください。

「一般的なデリバリーアプリにかかるほどの手数料は不要であるため、販売価格を高く設定する必要がないのも嬉しい」と、「すずや」の蟹江さん。顧客との関係維持に役立てています。

コロナが落ち着き、イートインが可能になった時に、リピート客になるファンを、今のうちからモバイルオーダーで獲得する。集客とリピート率を上げながら、テイクアウトのノウハウも蓄積できて、いいとこ取りを狙うチャンスかもしれません。飲食・外食産業の皆様は、是非ご聴講ください。