



—注意—

本スライドの二次利用や
外部投稿などは
ご遠慮いただけますよう
お願い申し上げます。





飲食店のためのIT講座

集客ツール最適化編

By  TableCheck



プログラム



- **イントロダクション**

- **今こそ変化に適応する時！
コロナ禍を勝ち残るためのウェブ販促と活用術**

CS-C 営業部マネージャー 森崎 明生氏 (20分)

- **具体事例を公開！SNS集客やGoogle
マイビジネスの活用事例とその成果**

テーブルチェック PR 仁木 有花 (15分)

- **トークセッション**

- 「VSコロナ時代に意識すべき消費者の
飲食店検索最新トレンドとこれからの販促」**

CS-C 営業部マネージャー 森崎 明生氏
テーブルチェック PR 仁木 有花 (15分)

- **Q & A (5分)**



今こそ変化に適応する時！ コロナ禍を勝ち残るための ウェブ販促と活用術



Today's Presenter



森崎 明生

営業部マネージャー



大学卒業後、大手コンサルティングファームに入社し飲食店のコンサルタントとして勤務。その後、某食品小売りチェーンの事業立ち上げに携わり、営業・スーパーバイザー・商品開発・物流と幅広い経験をもとに、各部門のマネージャーを歴任。

食品事業のプロフェッショナルとして2015年にCS-Cジョイン後は、コンサルティング部マネージャーとしてクライアントの業績アップに貢献した後、現在は営業部マネージャーとして外食店舗へのウェブマーケティングの新規アカウント獲得に従事。

CS-C森崎さまの
スライドを
ご参照ください





具体事例を公開！ SNS集客やGoogleマイビジネスの 活用事例とその成果

 TableCheck





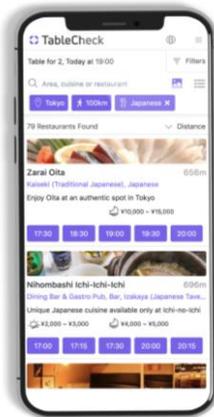
DINING CONNECTED

世界中のレストランとカスタマー
をつなぐプラットフォーム

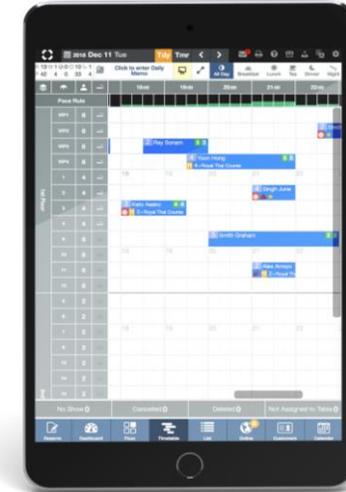
2013.10 リリース

消費者向け
飲食店検索・予約サービス

飲食店向け
予約・顧客管理システム



リアルタイムにつなぐ
プラットフォーム



「Googleで予約」連携

2020.2.4



「Instagram」連携

2020.5.12

N Numbers

7,000 店舗

導入店舗数

26 か国・地域

顧客所在地

99.76%
利用継続率

18 国籍
在籍スタッフ

101 万人/月
ネット予約人数

100 店舗超
ミシュラン掲載店

18 か国語
多言語対応

2.7 億人
累計予約人数

Our Clients
Hotel F&B
Restaurant



WESTIN



Sheraton

THE RITZ-CARLTON



Plan·Do·See Inc.



Hiramatsu

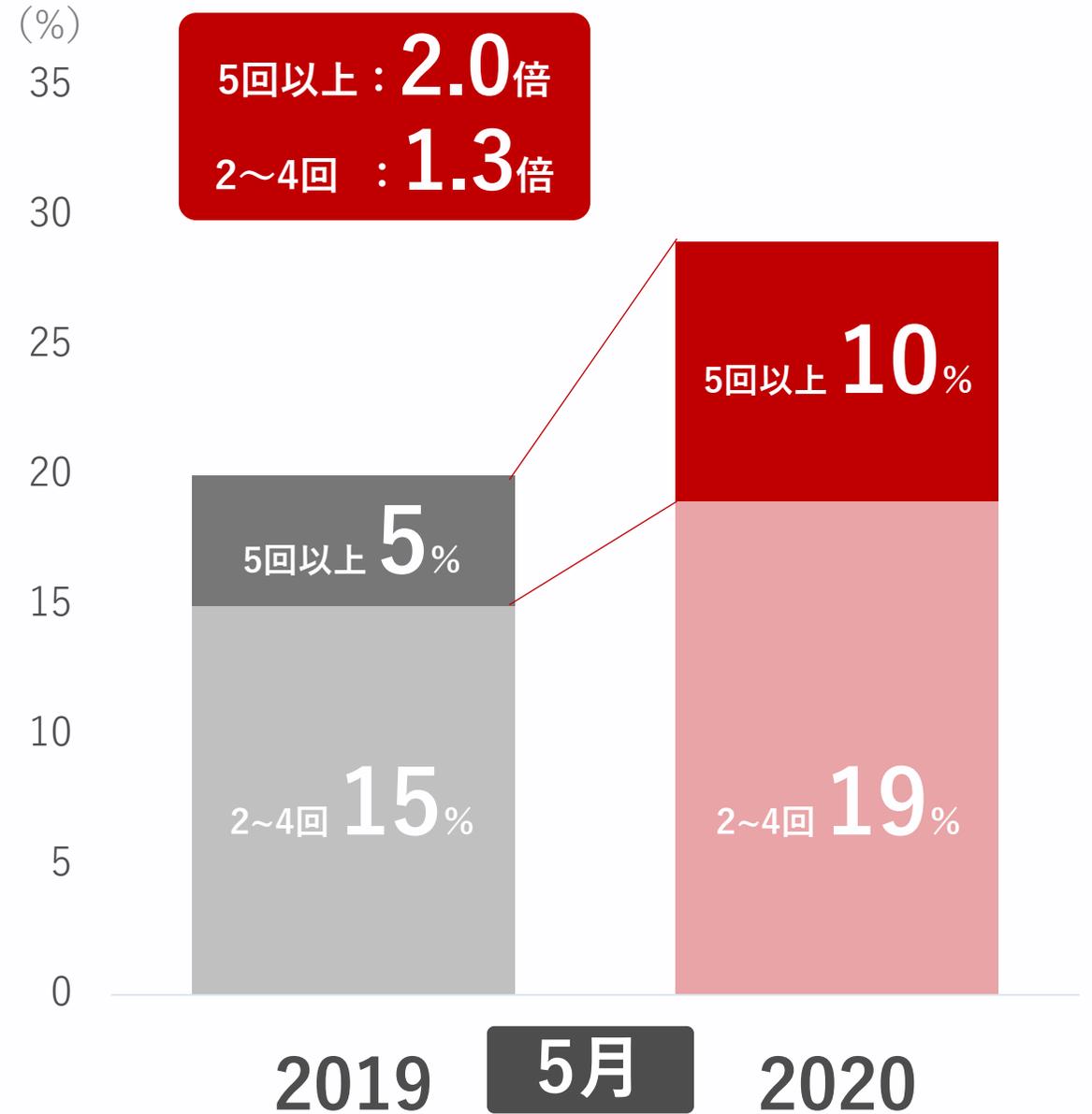
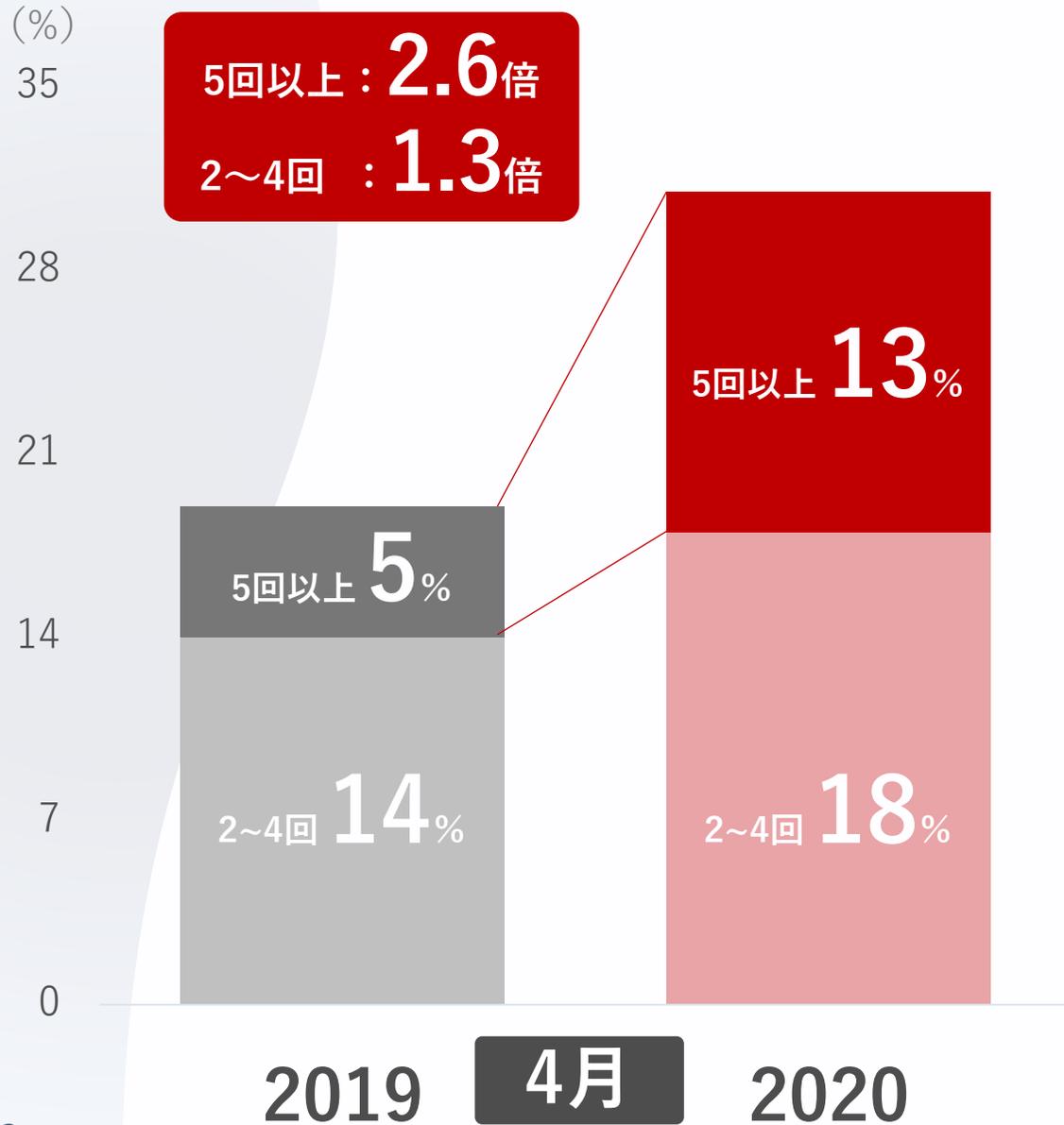
Joël Robuchon

Sincère



 Bakery

前年同月比 来店件数に占めるリピーター比率



グルメサイト

不特定多数のユーザーから
検索→発見されるのを「待つ」



SNS、GMB

趣向がマッチした“潜在顧客層”に
「攻め」のダイレクト提案

5人に1人が
目覚めの瞬間に
ログイン





飲食店のSNS活用 リアル成功事例



インスタ & GMB

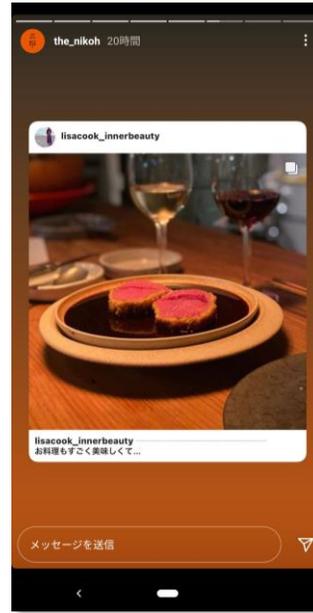
二甲料理店

- ◆ 西洋料理・居酒屋
- ◆ 大阪府・西大橋
- ◆ フォロワー数3,003人
- ◆ コロナ禍の2020年4月オープン
- ◆ グルメサイト未使用
- ...

◆ 販促ツール選定理由

「看板メニュー」に「販促費」を投下
グルメサイトに頼らない

“口コミ”メインの情報発信を設計



原価高メニューは
「販促費」と捉え
ユーザー投稿で
一気に拡散

#ビシャカツ
#ビシャカツだけじゃないよ



グルメサイト使わず
Googleマイビジネス
で検索対策

- Google経由で5.2%
- インスタ経由が37.6%

Googleマイビジネス 「投稿」で更新頻度アップ!



- なし
- 予約
- オンライン注文
- 購入
- 詳細
- 登録
- 今すぐ電話

概要 最新情報 商品 メニュー クチコミ 写真

COVID-19に関するこのお店の最新情報

Vin樹亭
Google に登録済み + フォロー

【期間限定ランチ】Vin樹亭 プレミアムコース (4組限定!!) 1/18 (月) ~1/30 (土) まで、ランチ営業を行います。ディナーで人気の「プレミアムコース」を半額をご用意しております。1日4組限定です! 下記の予約ボタンよりご予約お願い致します。

4日前

予約

上位の検索結果

- COVID-19の最新情報
- 特典を追加
- 最新情報を追加
- イベントを追加
- 商品を追加

すべて クーポン 最新情報 **イベント**

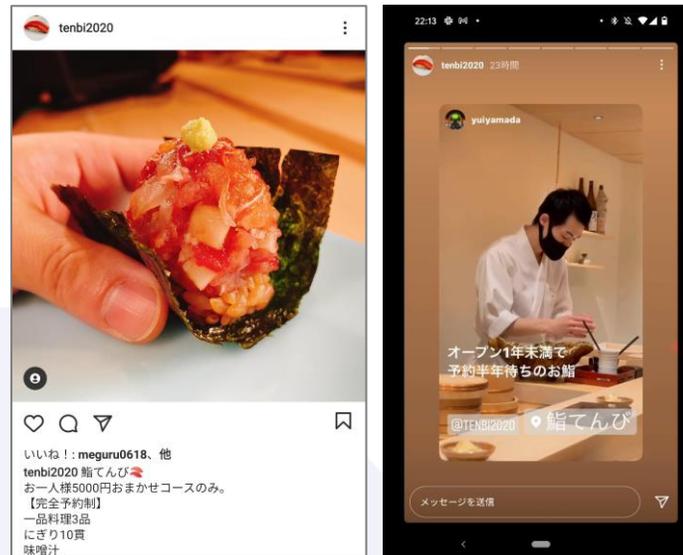
り頂き ...

Discover スナップシ... 検索 コレクション その他

インスタ

鮓てんび

- ◆ 鮓
- ◆ 愛知県・赤萩
- ◆ フォロワー数3,327人
- ◆ ミシュランレベルの鮓を5,000円で
- ◆ コロナ禍の2020年11月オープン
- ◆ オープン25日間で予約1,800組超
- ◆ . . .
- ◆ 販促ツールでインスタを選んだ理由
ターゲット顧客が30代前後だったため

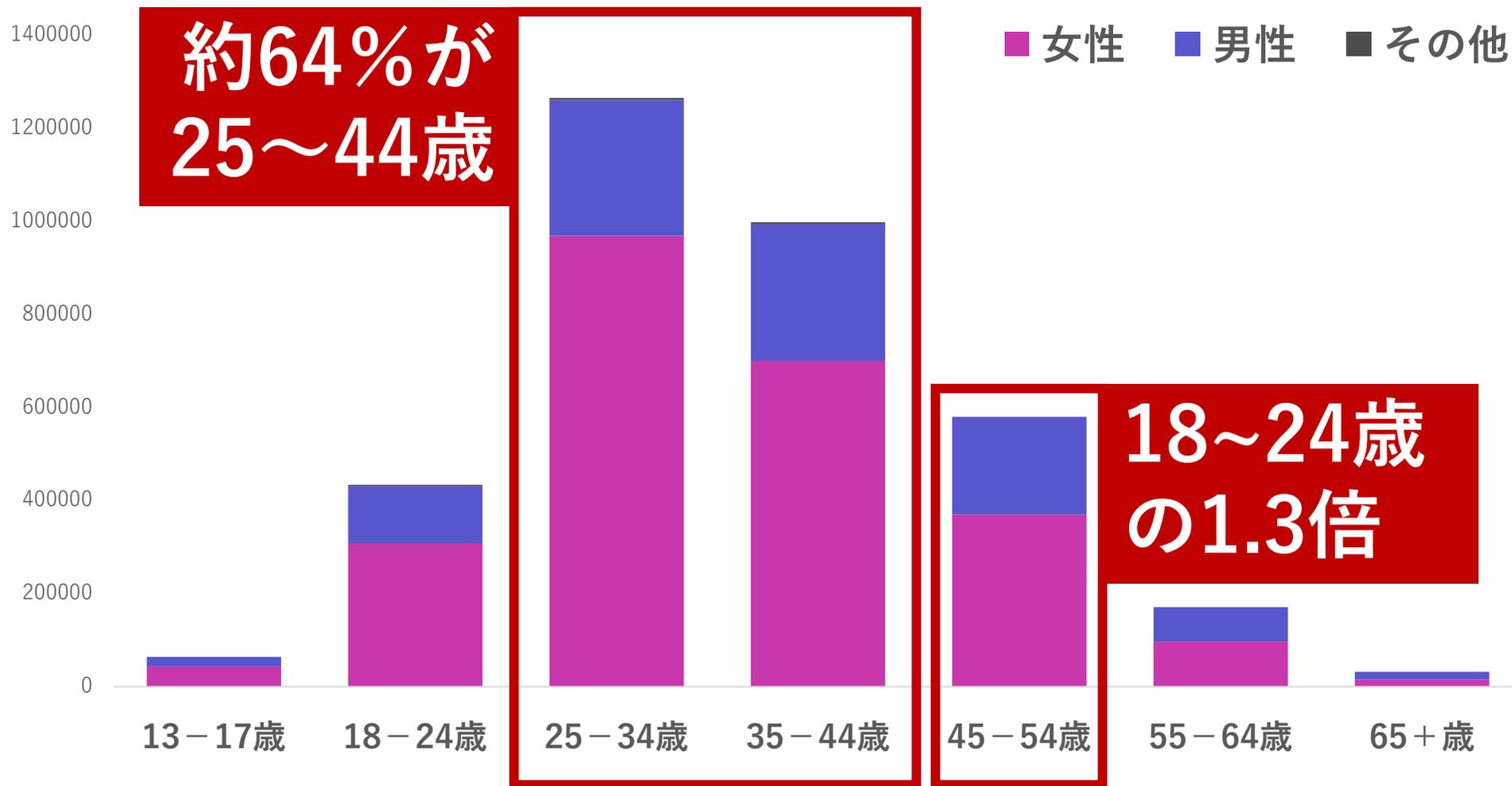


毎日の投稿と
ストーリーズで
オープン前に
1,200フォロワー獲得
予約は4ヶ月待ち

投稿とストーリーズを
使い分け、
飽きさせない見せ方で
インスタ経由6割に

Instagram

飲食店アカウントフォロワー属性



LINE

Ready Go

- ◆ 焼肉「琉球の牛」
ステーキ「BLUE OCEAN STEAK」
- ◆ 沖縄県・恩納村 他
- ◆ フレンド数9,408人
- ◆ コロナ禍でインバウンド激減
- ◆ LINE活用で県内顧客開拓の結果、
インバウンド9割→県内客9割に
...
- ◆ 販促ツールでLINEを選んだ理由
 - ①幅広い属性の消費者にリーチできる
 - ②クーポン配信ができる



コロナ禍で無料開始※
公式サイト & SNSで
LINEを全面露出
半年経たず9,000人突破

※フレンド数増加に伴い、現在は有料プラン

“クーポン販促”で
消費者需要を把握
未来投資が功を奏し
年末は県内客で満席に



LINE
公式アカウント

(2021年1月19日時点実績)

ちょこっと補足メモ

- LINEの友達追加は、公式ホームページやInstagramなどのSNSのみ。来店時の声かけや、店内ポップの設置は行っていないとのこと。
※お客様から質問を受けた場合のみ、ご案内。
- LINEの他、「観光地の飲食店」ということもあり、観光客の方がGoogleマップの口コミを見て来店されることも多いそうです。
※Googleマイビジネスは、今後、注力される予定。
- 店頭では、すべてのお客様に対して、口頭での満足度チェックを徹底。

※お店によって、有効な対応策は異なります。あくまでも、参考例としてご覧ください。



[トークセッション]



VSコロナ時代に意識すべき 消費者の飲食店検索最新トレンド とこれからの販促



ウェブ販促 LIVE診断！

最小のコストで、最大の効果を！

集客力を下げずに
コストを削減したい。
見るべきポイントを
プロ視点で解説！



【販促診断】 GINGER'S BEACH SUNSHINE (東京・池袋)

Googleマイビジネス

- お店の利用シーンに合わせたキーワードを、Googleマイビジネス内に盛り込むことで、検索ヒット率の向上を図る。(例: 「結婚式二次会」など、欲しい需要に関連するキーワードを「投稿」内で使用する、など)

Instagram

- 何をアピールしたいのか軸を決め、ハッシュタグを絞り込んでいくことで、訴求したいユーザー層へ効果的に情報発信をすることができる。
- 「フォロワー」と「フォロワー」の、数のバランスも大切。

広告の活用

- InstagramやGoogle画像広告などを活用し、認知を高めつつ、然るべきタイミングで思い出していただくための伏線を張る。

※お店によって、有効な対応策は異なります。あくまでも、参考例としてご覧ください。

トークセッション

Topic 1

インスタ、LINE、Twitter...色々ありすぎ！



SNS、 一体どれを 使えば？

ターゲットやプロジェクトに適したメディアの精査が必要。

- ◆ 購買転換率の違い（世代や趣味趣向により、相性のよいメディアは異なる）
 - Instagram：ファッション、化粧品、外食関連
 - 視覚的に魅力が伝わる商品カテゴリーとの相性が良い傾向
 - Facebook：スポーツ用品、酒、自動車、デジタルガジェット
 - Twitter：映画、ゲーム
 - 低単価で購入の頻度が高いもの、日常的な商品との相性が良い傾向
- ◆ LINE：今後食関連の機能が拡充される予定。顧客の囲い込みなどに有効か。
- ◆ Facebook広告が、年齢層の高い顧客層へのリーチで効果をあげた事例も。

※お店によって、有効な対応策は異なります。あくまでも、参考例としてご覧ください。

トークセッション

Topic 2

店内とテイクアウト、どう違う？



テイクアウト デリバリーの 秘訣とは？

中食(テイクアウト/デリバリー)と外食(レストラン)は別物。

- ◆ 多くの飲食企業／店舗が参入し、日々競合相手が増え続けているのが現状。
- ◆ 現在のトレンドや競合店を踏まえた価格設定、その価格帯の中で実現可能な
自社ならではの個性（強み）などを吟味した上で、商品構成を決める必要がある。
- ◆ 単に店内で提供している料理を詰め直すだけでは、うまくいかないケースが多い。
- ◆ 中食用に新たな開発を行うなど、柔軟な対応をした店舗では、成功している例も。
- ◆ 店内営業を圧迫しない中食オペレーションの構築も重要。

※お店によって、有効な対応策は異なります。あくまでも、参考例としてご覧ください。

トークセッション

Topic 3

ウェブ販促って、どこからどこまで？



MEO, SEO SNS...結局は どれが大事？

店舗ごとの課題にあわせて、対応の優先順位を見極める。

- ◆ すべて大切ではあるものの、課題によって優先順位付けは可能。

グルメサイト頼みで予約導線の拡充ができていない、顧客の困り込みが不十分、など

- ◆ どの対策においても、自社からの発信をしないと、情報が蓄積されず、表示や露出は増えない。加えて、継続的な発信も大切。

◎ 情報発信の継続等を課題にお感じの方は、ぜひ一度CS-Cへご相談ください。

※お店によって、有効な対応策は異なります。あくまでも、参考例としてご覧ください。



Q & A



Q. Googleマイビジネスのキーワード対策とは、 「池袋 ディナー」などで投稿し続けるということ？

- ◆ 露出したいキーワードを投稿文に盛り込むのは、効果が見込める方法の1つ。情報の蓄積と更新が重要なので、継続的な取り組みを推奨。
※キーワードを「タイトル（店舗名）」に加えるのはご法度。Googleが、アカウントのロックやページの削除を行う可能性も。
- ◆ 他の情報と総合的に見て、掲載された内容に信ぴょう性があるかどうかポイント。
- ◆ 頻繁に更新できる箇所は、「投稿」と「口コミへの返信」。
- ◆ クチコミにどう返信をしていくか。返信も露出と捉えて取り組む。

※お店によって、有効な対応策は異なります。あくまでも、参考例としてご覧ください。

お問合せ先



TableCheck

[サービスに関する
お問合せはこちら](#)



[CS-Cに関する
お問合せはこちら](#)

