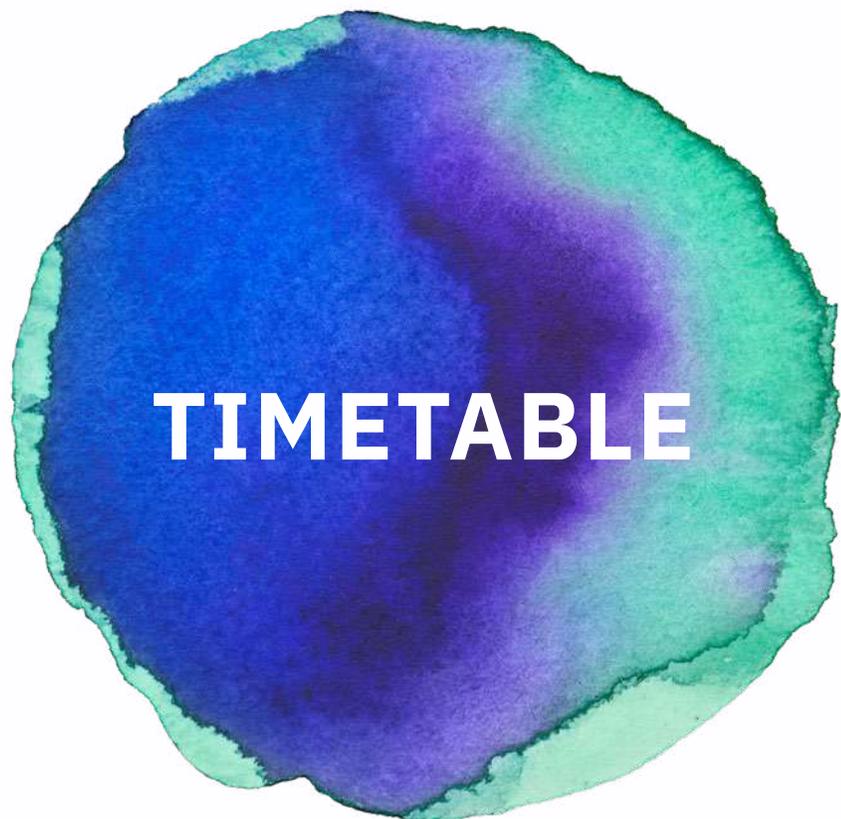


飲食店のためのIT講座その③

リピーター♥獲得の
ためのメルマガ編



テイクアウト販促にも効果あり！
VSコロナ時代のメルマガ活用



【入門編】リピーター獲得はお店を
思い出してもらうことから始めよう



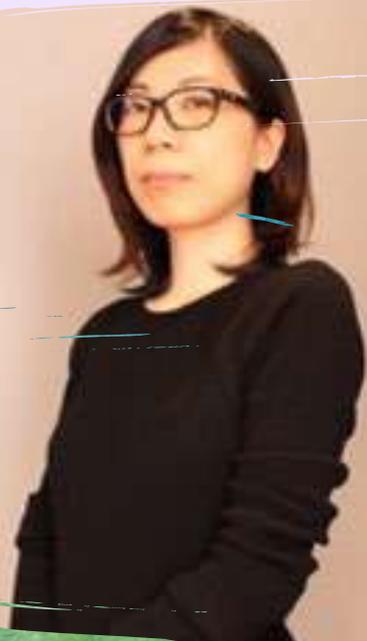
【集客編】リピート率を上げる
「メルマガ」とは？



【事例編】リアル成功事例！
飲食企業、メルマガ活用最前線



Q & A



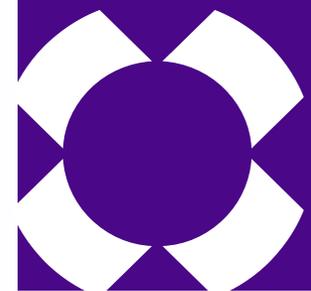
Today's Speaker

林 あゆみさん

Benchmark Japan
Customer Success Manager

東京都出身。立教大学社会学部卒業。金融機関を経てBenchmark Japanに入社。Customer Success Managerとして、Benchmark Emailのユーザーに効果的なメールマーケティングを実践してもらうため、セミナーやYoutube動画などを通じてメールメーカーに役立つ情報発信を行っている。

What's



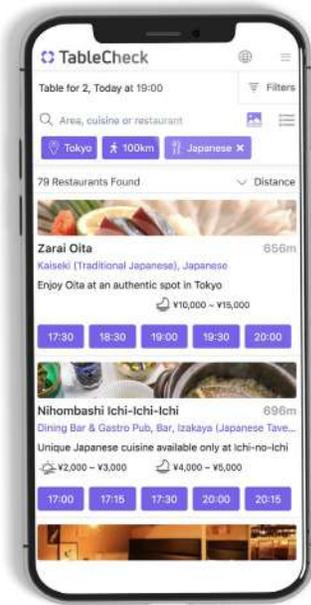
TableCheck



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

P roduct



ユーザー向けネット予約システム

2013.10~



リアルタイムにつなぐ
プラットフォーム



飲食店向け予約・顧客管理システム

N Numbers

7,000 店舗

導入店舗数

26 か国・地域

顧客所在地

99.69%
利用継続率

18 国籍
在籍スタッフ

102 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



THE RITZ-CARLTON



Sheraton



zetton



Plan·Do·See Inc.



Hiramatsu

Joël Robuchon

Sincère



の Bakery

テイクアウト販促にも効果あり！

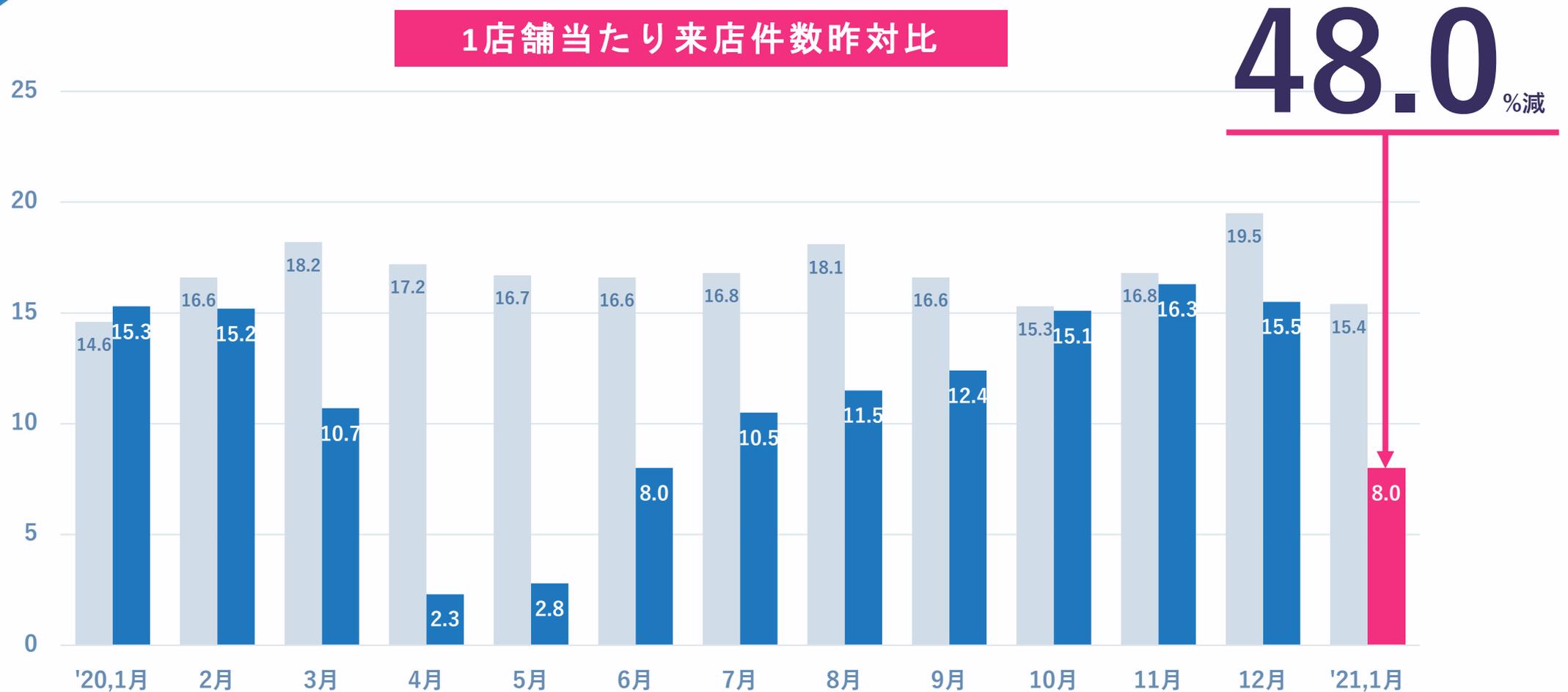
VS コロナ時代の

メルマガ活用

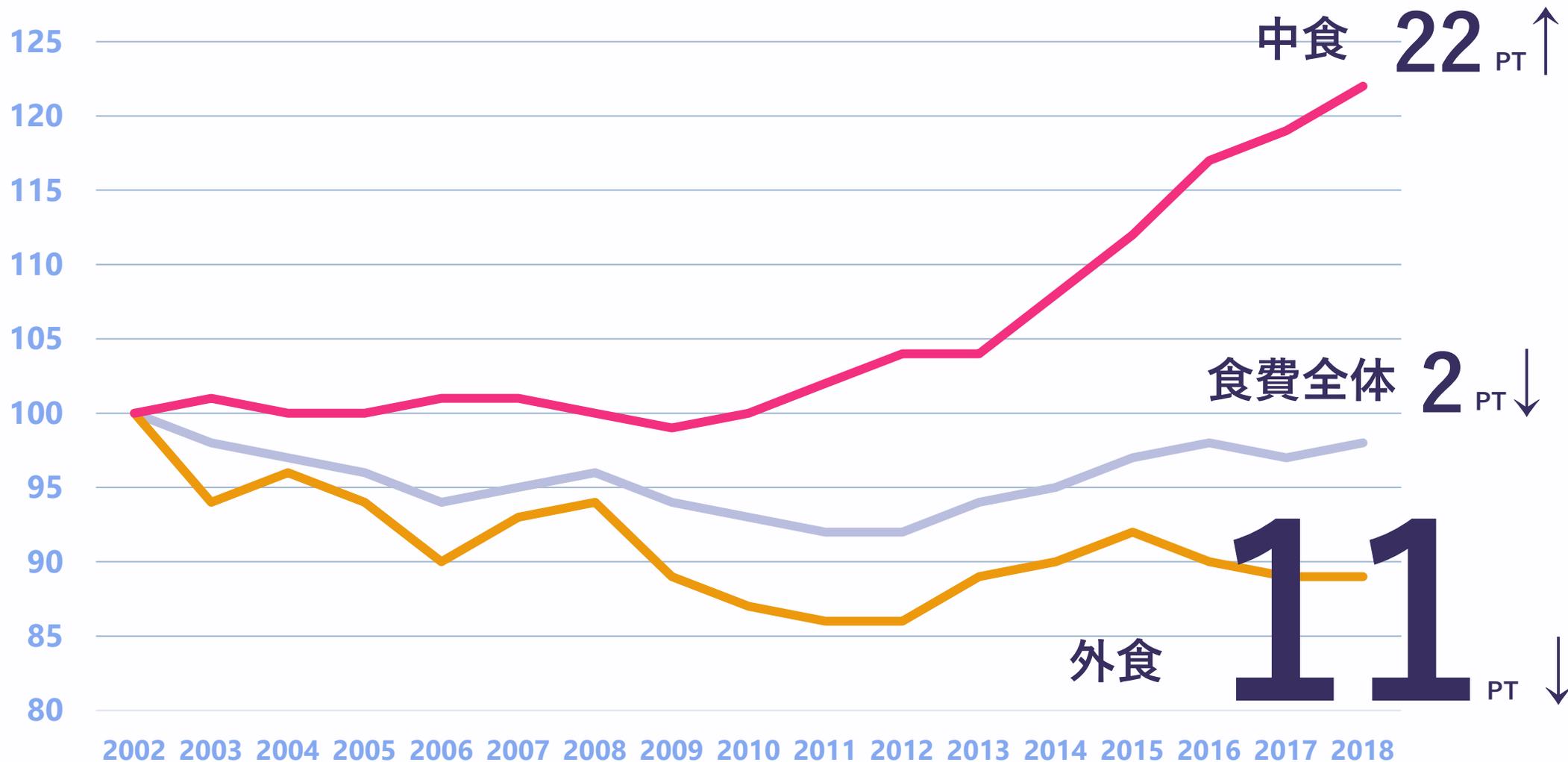


データで見る国内飲食店来店動向

1店舗当たり来店件数昨対比

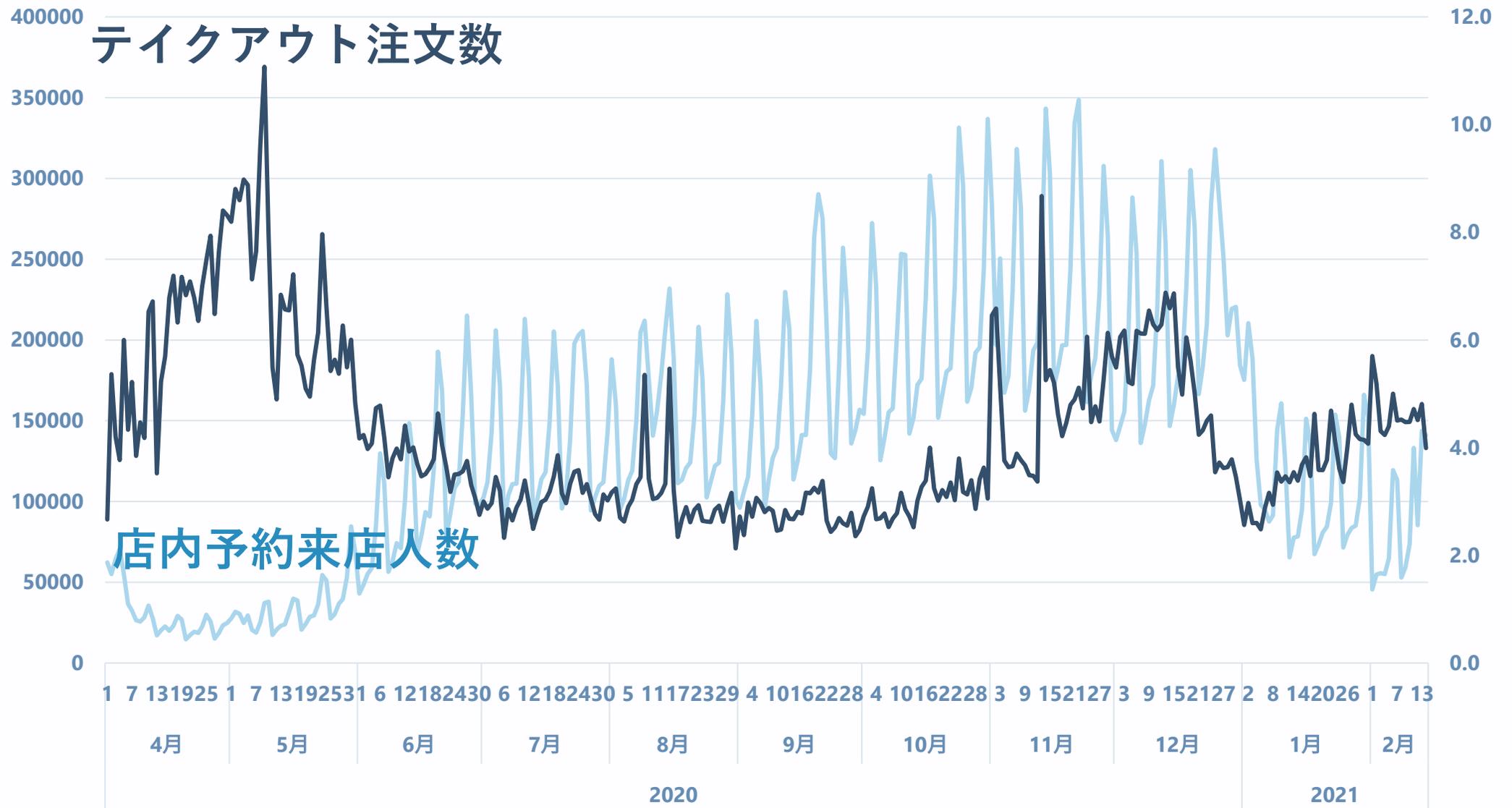


日本人の年間支出金額



※統計局家計調査2002～2018年より弊社作成 ※2002年を100とした場合の年間支出金額指数の推移

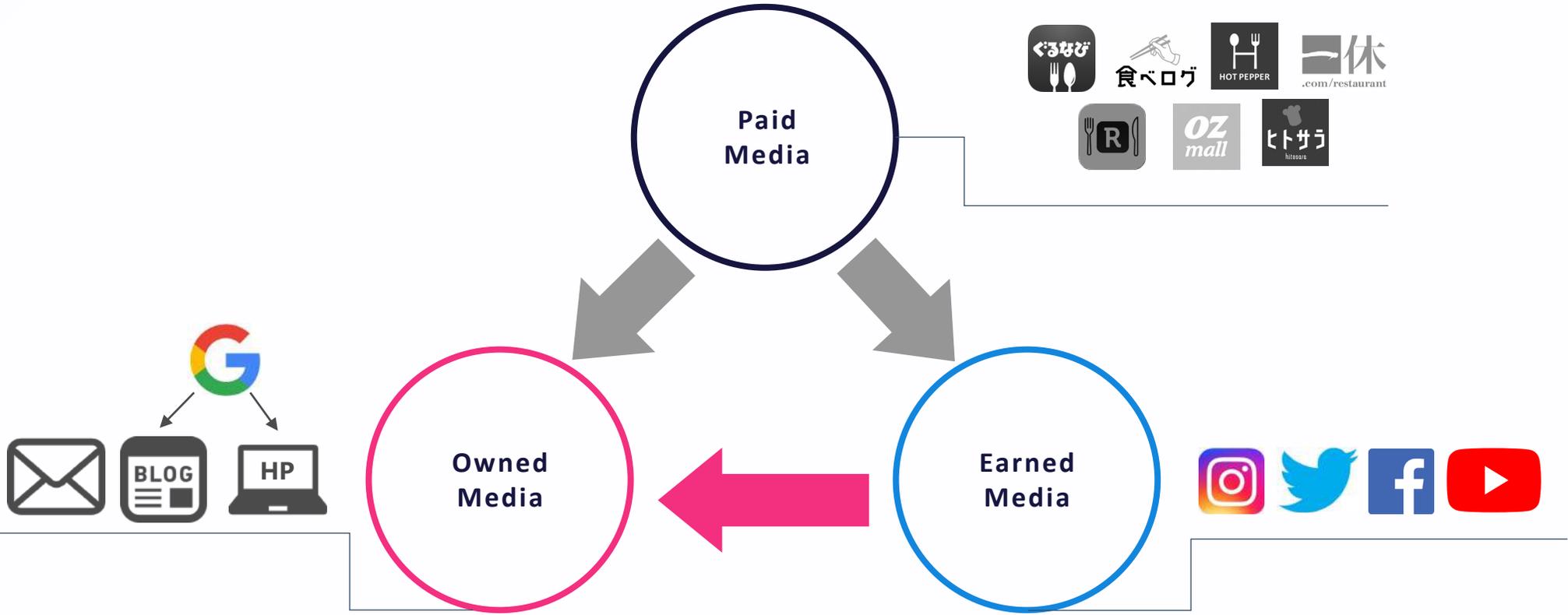
店内予約とテイクアウト注文数推移グラフ



コロナ禍で新たにはじめた
「テイクアウト」「デリバリー」「EC」、
どうやって告知・集客するの？

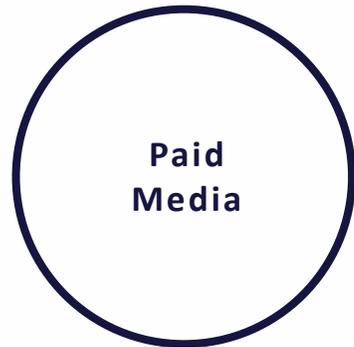
2

コロナ禍の集客に最適なツールは？



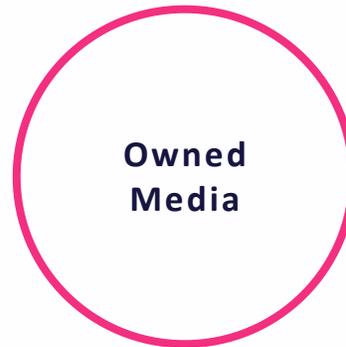
2

コロナ禍の集客に最適なツールは？



新規顧客獲得

広告掲載料+送客手数料を支払って、「お店のことを知らない」人に訴求し、予約につなげる。



予約誘導・既存向け

店舗情報と予約動線をしっかり掲載。「店名検索」の既存客や口コミ客を無料で獲得できる。



既存／新規訴求

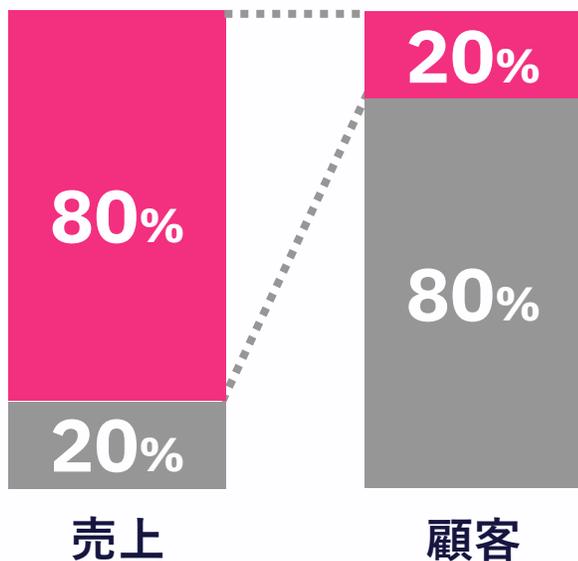
自店舗の常連=ファン層に定期的に情報発信することで、そのフォロワー=新規の誘客も狙える。

3

飲食店における既存顧客の重要性

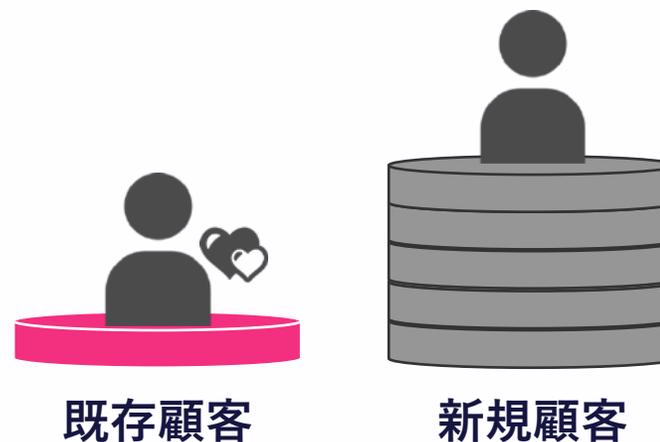
パレード（8:2）の法則

売上の8割は
全体の2割の常連客で占めている

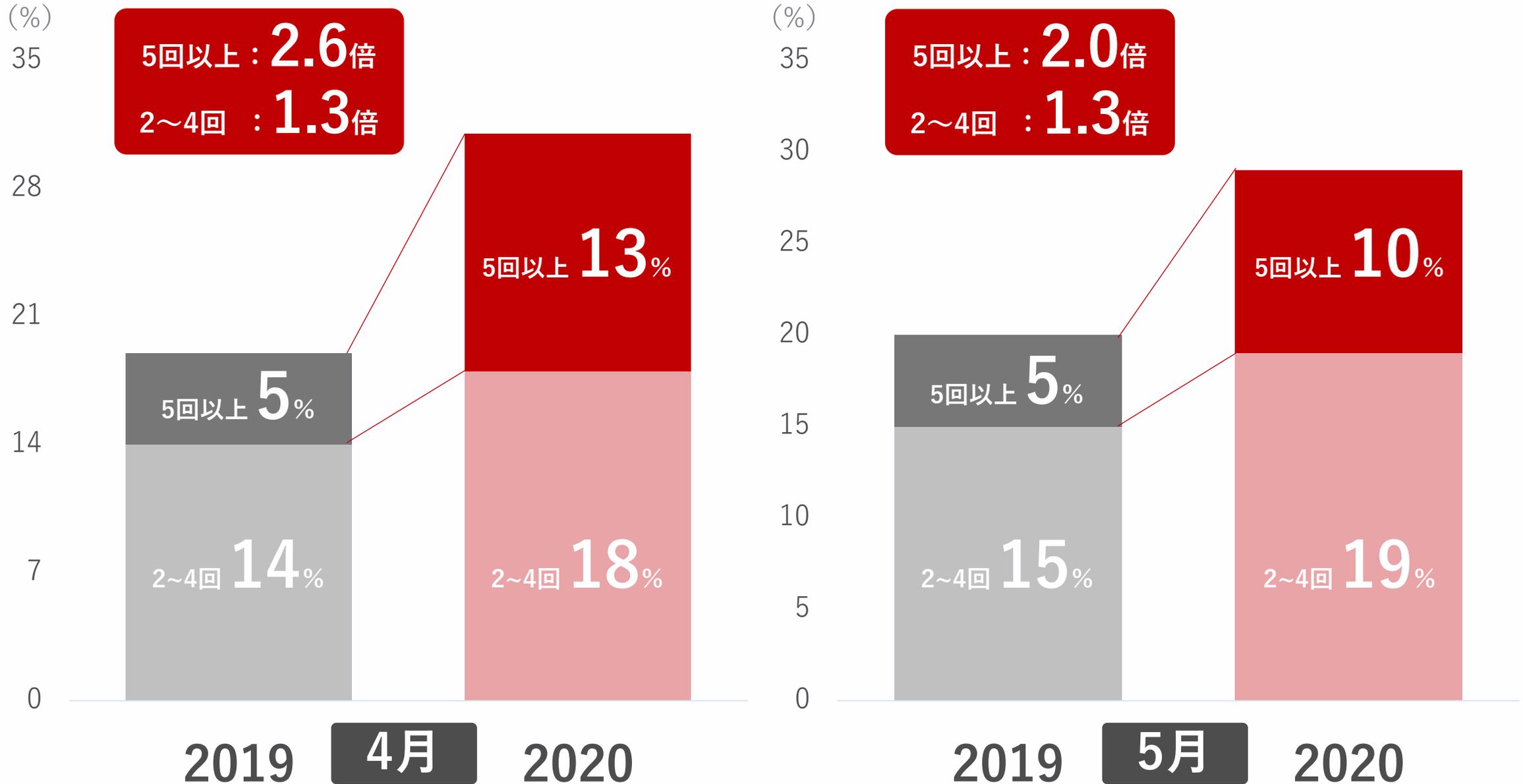


1:5の法則

新規顧客を獲得するコストは
既存顧客獲得コストの5倍かかる



前年同月比 来店件数に占めるリピーター比率



既存顧客への
訴求が重要！

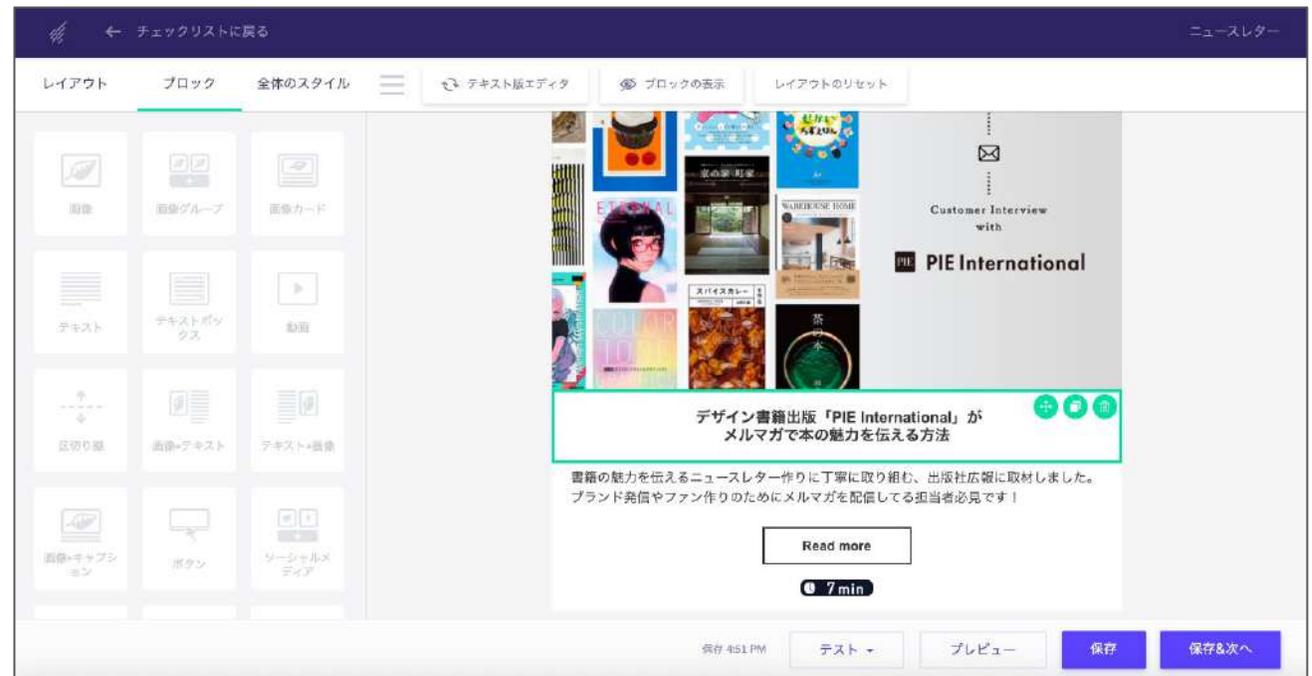


【入門編】

リピーター獲得はお店を
思い出してもらおうことから
はじめよう

Benchmark Email

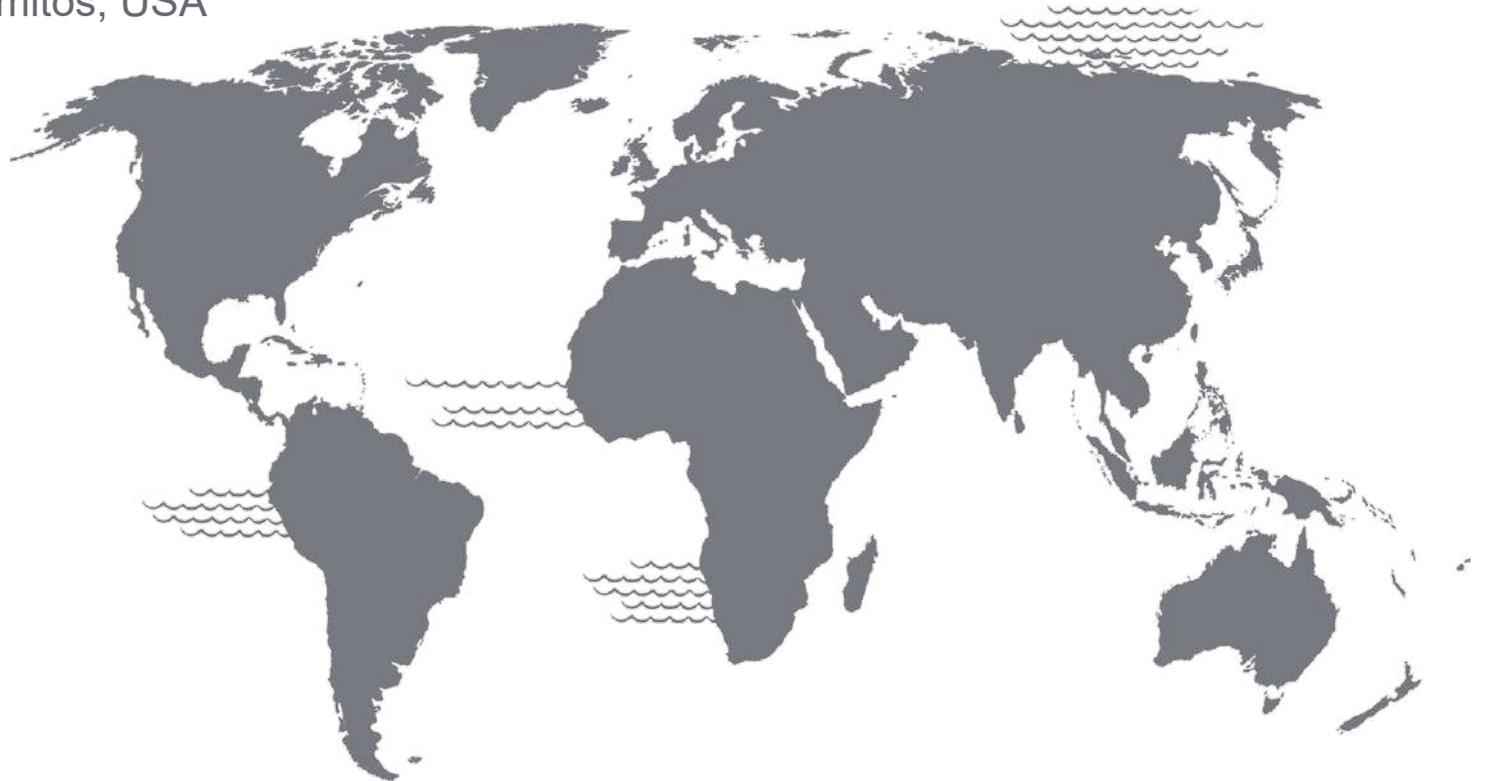
- HTMLメール作成エディタ
- レスポンシブデザイン対応
- リアルタイムレポート
- Googleアナリティクス連携
- ランディングページ作成
- 日本語サポート
- 世界基準のセキュリティ
- 幅広い料金プラン
- API連携
- 多言語対応(9言語)



Worldwide

EMPLOYEES IN 15 COUNTRIES, SUPPORTED 9 LANGUAGES

- **Benchmark Corporate HQ** Los Alamitos, USA
- **Japan** Tokyo Japan
- **Taiwan** Taipei, Taiwan
- **Mainland China** Guangzhou
- **Brazil** São Paulo
- **Italy** Roma,
- **Germany** Kaufbeuren, Deutschland
- **India** Haryana
- **México** Querétaro



リピーターになる第一歩は、「お店を思い出す」こと

- ・生活圏内(通勤経路、近所)の場合はリマインドできるのでそのままでもリピートされやすい
- ・生活圏外の場合は、何らかの「思い出してもらおう」ための刺激が必要

メルマガ、SNS



メルマガで思い出すきっかけ作りを

来店したことのある顧客に対して定期的に情報を届けることで、

- 思い出してもらおう
- お店選びの選択肢に入れてもらう



リピーター・テイクアウト注文を増やすためのメールマガジン

飲食店にメールマーケティングがおすすりな理由

- 予約時に登録してもらった顧客情報（メールアドレスなど）を既に持っているため、始めやすい
- お得意様を増やす手段として効果的
- 費用対効果が高い

*特に飲食店等のサービス業は平均よりも高い傾向に



参考: Litmus "The ROI of Email Marketing"



SNSとメルマガの違い

	Email	Facebook	Twitter
利用者数(グローバル)	26億ユーザー	17億ユーザー	3.13億ユーザー
1日に最低1回は見る	91%	57%	14%
商品購入のきっかけになる	66%	20%	6%
開封率	18%	-	-
クリック率	3.7%	0.07%	0.03%
広告に事前許可が欲しい	77%	4%	1%
コンテンツがシェアされる	4%	57%	18%
アカウント所有権	自己所有	利用停止あり	利用停止あり

*出典: Email Marketing vs Social Media Performance (2016-2019 Statistics, Optinmonster)



【集客編】

リピート率を上げる
「メルマガ」とは？

メルマガ配信の流れ

1. リストの準備

過去の来店客をTableCheckの顧客台帳へ登録
→Benchmark Emailに連携するだけ

2. メールコンテンツ作成

3. メルマガ配信

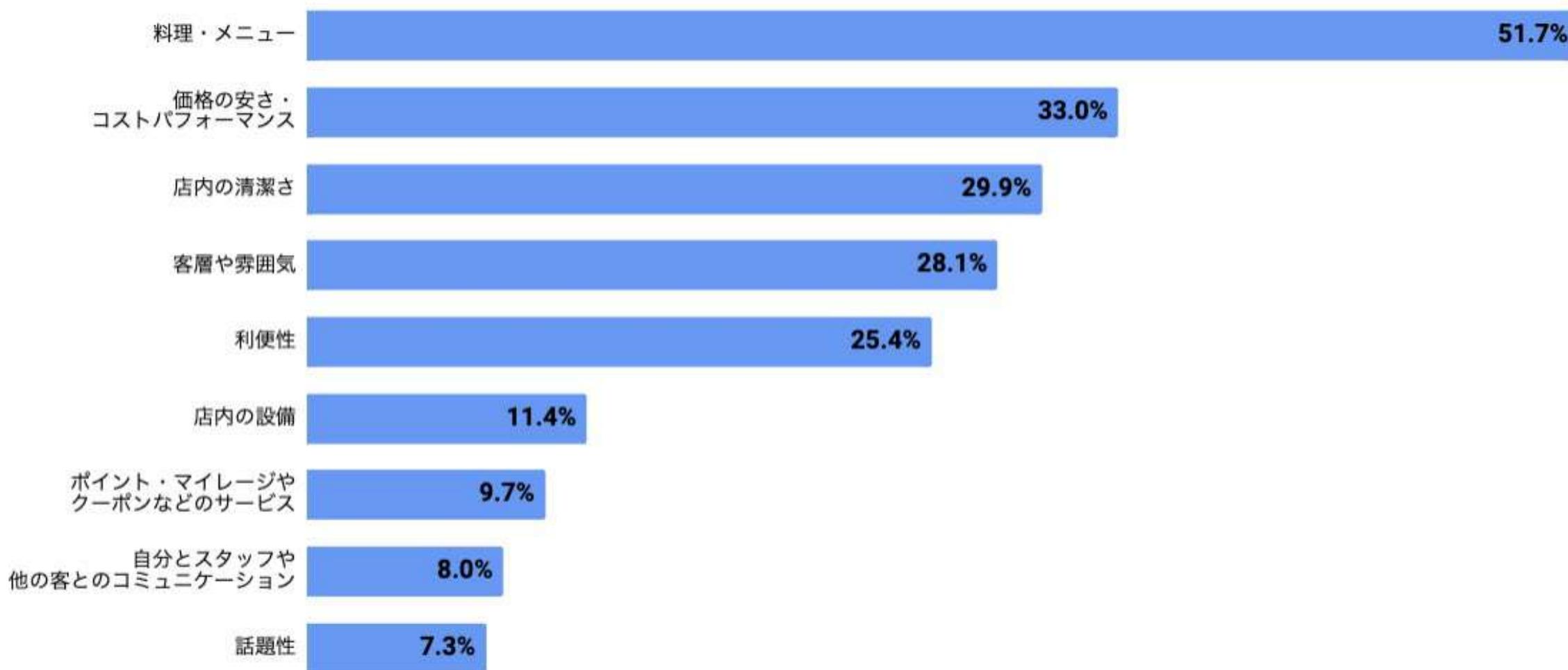
4. 効果測定



リピート率を上げるコンテンツとは？



「リピート利用」したい飲食店に重視することとは？



どんなメールが効果的なのか？

- 要素はシンプルに

- メニューと価格
- 外観や店内の雰囲気
- 店長やスタッフのメッセージ
- 営業時間やアクセス方法
- リンク(予約・注文フォーム、地図、Tel、SNSページ)

- 構成はスマホを意識して、文字より写真を中心に

BME BURGER

-4月1日(本日)からの新メニュー-



春の「桜バーガーセット」が登場します！

ポテト+ドリンク+春のデザートセット：950円 | 単品：800円

新商品の「桜バーガー」は、春の季節をイメージしたハンバーガーです。春らしい素材を使ったやさしい味わいのひとくちです。新商品の「桜バーガー」は、春の季節をイメージしたハンバーガーで、春らしい素材を使ったやさしい味わいのひとくちです。

テイクアウトで注文する

-人気のメニュー-



ダブルチーズバーガー

ポテト+ドリンクセット：850円
単品：650円

ダブルチーズバーガーは人気の商品です。ダブルチーズバーガーは人気の商品です。



ロコモコバーガー



RESERVE

Hello Smiles Davis,

In with the new! This month, we're excited to announce that we've added Portland, OR and Madison, WI to our expanding footprint.

Now you can grab a table at top restaurants in those cities and all your other favorite cities on Reserve.

CHECK OUT THE WHOLE LIST



RHUBARB - ASHEVILLE

FIVE-TIME JAMES BEARD BEST CHEF SOUTHEAST FINALIST

Rhubarb chef John Fleer just received his fifth nomination for James Beard Best Chef Southeast Finalist. The restaurant dishes out seasonal, regional American fare, including wood-fired dishes and other rustic creations.

BOOK NOW



July 2019

Sister City



Floret, our ground floor restaurant in partnership with award-winning Chef Joe Ogrodnek, opens for dinner this **Saturday, July 20**. With an inventive all-day menu exalting the season's best ingredients as its focus, every day is for eating well. Every night, too.

ON THE MENU



CRISPY WHOLE DORADE

grilled summer beans, sesame, sambal, lime (for two)



ROASTED CHICKEN

peach panzanella, cherries, almonds, bieu cheese



TACO BELL

DELIVERY

by GRUBHUB

You've got the music, the decorations, and the nog. Now get the tacos, delivered.

Get Delivery

Picking up instead?
Here's a little gift.

コンテンツが決まったらもう完璧！

・・・ではありません。

メールを開いてもらう必要があります。



メールを開いてもらうためのポイント

①アイコン

会社・サービスロゴを設定する



メールを開いてもらうためのポイント

②送信元名

パッと見た時に「あのお店だ」とわかる
名前にする

例：

- ベンチマーク亭
- カジュアル割烹ベンチマーク亭
- 霞ヶ関の小料理ベンチマーク亭



メールを開いてもらうためのポイント

③ 件名/本文プレビュー

- パーソナライズ、メリット訴求、緊急性を出す、限定感を出す
- 件名とプレビューでの情報が重複しないようにする
- 最初の20文字に重要なキーワードやメッセージを。最大でも30文字程度に

例：

- 1/15まで！お正月特別メニューのお知らせ
- テイクアウト始めました！限定メニューもご用意しています。



最適な配信時間は？

「一番見てもらいやすい時間帯」を探る

→まずはGoogle Analyticsなどの解析ツールを使い、自社のWebサイトのアクセスやコンバージョン(予約)が多い時間帯を確認すると良い。

(Web経由で予約がよく来る時間帯がわかっている場合は、その時間を目安に)

→ピークよりちょっと早い時間に配信を試してみる(1時間前くらいが良いかも)

→テストを行い、開封がより多くなる時間を探していく



最適な配信頻度は？

配信頻度は、商品やサービスによって異なります。

受信する様々な業界のメルマガを元に、独自に一般的な傾向を調査した結果・・・

- 毎日配信：メディアなど、日々の情報収集ツールとしての役割を期待されているもの
- 週1回以上配信：購入頻度が高いもの、低単価のもの（食料品、ファッションなど）
- 月1～2回配信：購入頻度が低いもの、高単価のもの（車、BtoBサービスなど）

飲食店の場合は、来店を促すメルマガ頻度は月1～2回が一般的。
（テイクアウト販促をする場合は少し多くしても良いかも）



メルマガを送信したらおしまい！

・ ・ ・ ではありません。

メルマガ配信後は、

次回のために効果測定をしましょう。



メルマガ配信後のポイント

16,621

合計配信数

3758

開封数

162

クリック数

265

エラー

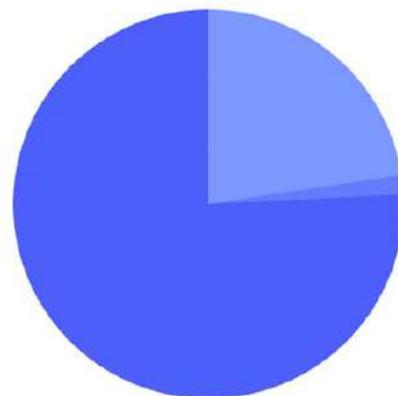
44

配信停止

配信状況

22.61%

開封率



- 開封数
3758 (22.61%)
- エラー
265 (1.59%)
- 未開封
12598 (75.80%)



URLクリックパフォーマンス

URL ↑	クリックユーザー数	クリック 総数
https://jp.benchmarkemail.com/webinar-for-basic?utm_source=BenchmarkEmail&utm_campaign=202101_news2_fr&utm_medium=email	21	26
https://twitter.com/BenchmarkJP?utm_source=BenchmarkEmail&utm_campaign=202101_news2_fr&utm_medium=email	2	6
https://twitter.com/Benchmark_kadou?utm_source=BenchmarkEmail&utm_campaign=202101_news2_fr&utm_medium=email	2	2
https://www.benchmarkemail.com/jp/?utm_source=BenchmarkEmail&utm_campaign=202101_news2_fr&utm_medium=email	25	104
https://www.benchmarkemail.com/jp/blog/html_vs_plain_text_emails_which_is_better/?utm_source=BenchmarkEmail&utm_campaign...	166	196
https://www.facebook.com/BenchmarkEmailJapan?utm_source=BenchmarkEmail&utm_campaign=202101_news2_fr&utm_medium=email	3	6



クリックマップ

メールマーケティングに関するテーマを分かりやすく解説するYoutubeシリーズ。前回より、開封率をアップするための新講座（全3回）が始まりました。2回目では、開封率が上がる件名・本文プレビュー・差出人名、そして配信時間のポイントをご紹介します！

Watch now

8.70%

🕒 10min~

1.21%

無料 オンラインセミナー

Live Webinar



メールをしっかりと届けるためのポイント

- 無効なメールアドレスを除外する（配信前後のエラー管理）
- SPF、CNAMEを設定する（ドメイン認証設定）



A large, irregular watercolor splash in shades of yellow and orange, centered on a white background. The splash has a soft, textured appearance with varying intensities of color.

【事例編】
飲食企業
メルマガ活用最前線

レストランを多展開する株式会社ワンダーテーブル様

顧客情報の管理のポイント

TableCheckに集約

*複数店舗を登録しているため「前回、系列店のこのお店にいつ行って、何食べた」というのが分かる。

メルマガ配信で工夫していること

- ブランドカラーに合わせたデザイン
- デザインは写真ありきで、イメージが膨らむようにしている
- テキストは頭に入りやすいようにカタカナと日本語のバランスを取ったり、エリアによって単語を変えたりしている



レストランを多展開する株式会社ワンダーテーブル様

メルマガの開封率

開封率は高いお店では約35%、平均で25%。

メルマガの効果

脱グルメサイトを掲げてメルマガを中心とした集客の取り組みをした結果、支出が3割削減。

現在は、グルメサイトではなく、ニュースレターでつながっているお客様の来店やオンラインの購入に支えられている。



詳細はBenchmarkブログにて:

ユーザー事例

メールマガジンの取り組みが コロナ禍でも支えに！レスト ランを多展開する株式会社ワ ンダーテーブル

速藤 聡 writes on January 27, 2021



ブログ記事のご紹介

ユーザー事例

【ホテル業界】 レストラン管理システムTableCheckを併用した横浜ベイホテル東急のメール配信施策

Masaki Fushimi writes on April 24, 2017



ユーザー事例

【事例】 是非真似したい！LDH kitchenが配信するハイクオリティなメルマガ

Masaki Fushimi writes on October 16, 2017



Start a capture

メールマーケティング

レストラン経営者必見！リピーターやファンを増やすためのメールマーケティング術

Masaki Fushimi writes on May 8, 2017



🔍 **ベンチマークメール ブログ**

カテゴリ ▾

All Articles

HTMLメールデザイン

お知らせ

セミナー・ワークショップ

ソーシャルメディア

メールマーケティング

ユーザー事例

機能・便利ツール

開封率・到達率



まずは無料のトライアルアカウントでお試しく下さい



より効果的な
メールマーケティング

登録からメール配信まで15分で完了！

Benchmark Emailのシンプル
ルは無料でお試し頂



JP

アカウントをお持ちですか? ログイン

無料トライアル登録

名

姓

メールアドレス

レス数

メール配信システムのご利用歴
回答を選択

無料トライアルに登録

月間250通の配信が可能！

ベンチマークメール 無料アカウント作成



JOE'S SHANGHAI New York
銀座店

11月27日OPEN

↓↓Go To Eat 適用のご予約はこちらから↓↓
[Go To Eatを利用して予約する](#)

詳細は銀座店WEBページへ！

東京都千代田区有楽町2丁目2-3 ヒューリックスクエア地下1階
(東京メトロ銀座駅直結)

有楽町マリオンと阪急メンズ館の信号を渡って直向かい、
黒いクールな外観が印象的な、Gate Hotelが上階にあるビルです。
数寄屋橋交差点すぐ側。

050-3184-4888



↓↓Go To Eat 適用のご予約はこちらから↓↓
[Go To Eatを利用して予約する](#)

○○○
メニュー
MENU



【事例1】JOE'S SHANGHAI New York様の場合

- ◆取り組み開始時期：2020年10月ごろ
- ◆きっかけ：銀座店リニューアルオープンを既存顧客へ告知する
必要があったことから開始
- ◆開封率：30%前後
- ◆配信頻度：週1回→現在月1回。月2回ほどを目指している

ーポイントー

- ① 一目でわかる！「件名」と「ヘッダー」
- ② 予約動線をしっかりはる
- ③ お得情報は開封率、クリック率高い傾向
- ④ メルマガ会員限定インセンティブ

正しく表示されない場合は、ここをクリックしてブラウザで表示させてください

TAKEOUT & DELIVERY



至極の逸品をご自宅やオフィスでご堪能いただける
テイクアウト&自社デリバリー「**A店 Eats**」

最もお得な



「**A店 Eats**」とテイクアウトが最もお得な価格です

デリバリーとテイクアウトの詳細はこちら [🔗](#)

【事例3】A社様の場合

- ◆取り組み開始時期：2010年ごろ
- ◆位置づけ：既存顧客へのシンプルかつダイレクトな告知方法
- ◆開封率：20%前後
- ◆配信頻度：四半期ごと+その他お知らせタイミング

ーポイントー

- ① テイクアウトをメインにばっちり訴求
- ② 写真はとにかく「おいしく」！
- ③ 予約動線をしっかりはる
- ④ 自社サイト予約が最安であることを伝える

桃の節句 蟹みつのひな祭り



いつも蟹みつをご愛顧いただき、誠にありがとうございます。

この度、2月20日（土）～3月3日（水）までの期間、桃の節句 ひな祭りをイメージした《ひな祭り特別ランチコース》をご用意いたしました。お料理はもちろん、飲物にも春の訪れを感じる趣向となっておりますので是非、蟹みつのひな祭りをご堪能下さい。

お客様のご来店を心よりお待ちしております。

スパークリングワイン付
特別価格
5,000円（税サ込）

蟹みつひな祭りプラン ネット予約は、こちら



～プラン内容～

乾杯スパークリングワイン
or
ロイヤルブルーティ

【前菜】

【三味プレート】

【自家製蟹グラタン】

【事例3】蟹みつ様の場合

- ◆取り組み開始時期：2020年6月ごろ
- ◆きっかけ：既存顧客管理の課題を感じていたところ、
コロナでさらに集客の必要性がたかまったため
- ◆開封率：30%前後
- ◆配信頻度：月1回。月2回ほどを目指している

ーポイントー

- ① 業態にあった季節感や新しさを全面に訴求
- ② 特別価格や優先予約メルマガ会員限定感
- ③ 冒頭に内容と価格を簡潔にまとめて打ち出す
- ④ メニュー内容など利用シーンをイメージできる詳しい情報もしっかり掲載

A decorative graphic featuring a gear-like shape filled with watercolor washes in shades of teal, blue, and purple. The edges are irregular and textured. In the center of the gear is a white circle containing the text 'Q & A'.

Q & A

まずは無料のトライアルアカウントでお試しく下さい

BENCHMARK

より効果的な
メールマーケティング

登録からメール配信まで15分で完了！

Benchmark Emailのシンプル
は無料でお試し頂

月間250通の配信が可能！

ベンチマークメール 無料アカウント作成

無料トライアルに登録

アカウントをお持ちですか? ログイン

無料トライアル登録

名 姓

メールアドレス

パスワード

パスワードを再入力してください

メール配信システムのご利用歴

回答を選択

レス数



TableCheckご利用中の方にお知らせ

メルマガ活用セミナー動画

1. TableCheck & Benchmarkセミナー動画



TableCheck × BENCHMARK

基礎編

最初はこれだけで大丈夫！
まずは抑えたい
3つの機能

【基礎編】最初はこれだけで大丈夫！まずは抑えたい3つの機能

1. Benchmark Emailとは？
2. コンタクトリスト機能と使い方
3. メール作成の方法
4. レポートの確認

[動画を見る](#)



TableCheck × BENCHMARK

応用編

2つの機能で
忘られない
強い関係を作ろう

【応用編】2つの機能で忘れられない強い関係を作ろう

1. セグメントしたリストへの配信
2. オートメーション機能

[動画を見る](#)



TableCheck公式お役立ちLINE

学びたい動画をお選びください。

新機能紹介



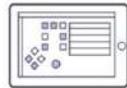
既存機能紹介



活用法



新人スタッフ向け



マネージャー向け



設定変更



項目をお選びください

[新機能について](#)

[既存機能について](#)



【TableCheck公式LINE】

セミナー情報やTableCheck活用術
など、お役立ち情報配信中！

セミナーのご案内

TableCheckご利用中でない方向け

ネット予約・予約システムがわかる！

TableCheck 無料相談会

毎週水曜日開催
2021.2.24 **水** 15:00~

お悩み解決
とっても
効率的に

公式WEB予約で
送客手数料0円

予約自動受付で
業務効率化

SNS連携で
効率的な集客



ネット予約や予約システムがゼロからわかる！
TableCheckのオンラインデモセミナーです。
ネット予約や予約システム、オウンドメディアなど
に関心のある方、ぜひご参加ください。

TableCheckご利用者向け

上級者向け

TableCheck アドバンス活用セミナー

無料 3/2 THE 3/3 WED 14:30~

情報発信 会計 顧客管理 テイクアウト獲得術
など TableCheck 活用事例を交えて解説します！



ープログラムー

1. TableCheck予約ページのカスタマイズ
2. 顧客データ活用と情報発信
3. 最新！非接触で決済できるコンタクトレス決済の事例紹介
4. デリバリー・テイクアウト獲得術
5. まとめ&2021年リリース予定機能

ご参加ありがとうございました！

※アンケートご回答いただいた皆様に
本日のセミナースライドを来週月曜日にメールにてお送りいたします。
ぜひご回答ください



サービスに関する
お問合せはこちら



ベンチマークに関する
お問合せはこちら

