




あなたのお店の
リピーターを増やす

dodo point

dodopoint.jp

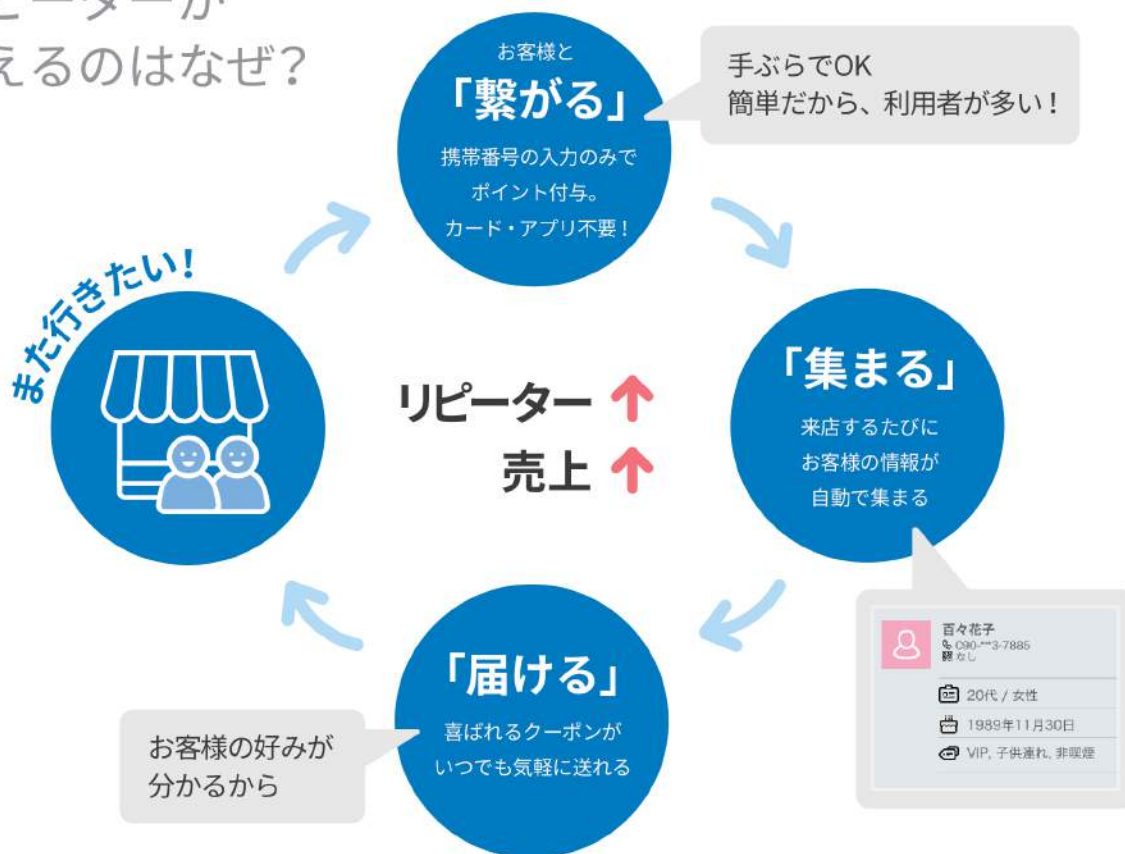
-  ポイント付与
-  お客様管理
-  クーポン送付



dodo point はあなたのお店の リピーターを増やす 最もシンプルで効果の高いサービスです



リピーターが
増えるのはなぜ？



加盟店数
2015年12月現在

5,500店以上



利用者数
2015年12月現在

500万人以上



導入店舗のリピート率
導入開始から1年間の平均

156% UP

dodo point は個人情報のセキュリティを重視します。入力された番号は暗号化されて安全に保管され、店舗の店員も確認することはできません。店頭でお客様が番号を入力する際も、画面上ですぐにマスキングされるため個人情報の流出を防ぎます。

dodo point でできること



ポイント付与・使用

- ・登録も使用も携帯番号の入力のみ
- ・あなたのお店/チェーンだけで使えるポイント
- ・ポイントの付与方法/特典はお店が自由に決められる



お客様管理

- ・来店履歴や属性を自動収集
- ・「タグ付け」で好みを把握
- ・新規やリピーターの動きがグラフで見える



クーポン・メッセージ送付

- ・イメージ付きのクーポン/メッセージが送れる
- ・SMS(ショートメッセージ)だから、スマホ・ガラケーどちらも即配信
- ・お客様情報でターゲット配信(誕生日、来店履歴等)

dodo point のここがすごい！

VS 今までのポイントカード

お客様が「見える化」する

このお客様は
誰でしょう？



VS

毎回ラテをご注文
20代 女性のお客様



VS チラシ・DM・紙のクーポン

収集したお客様情報でターゲティングできるから「回収率」が高い！

チラシ・DM・紙のクーポン



一般的な回収率
0.1-0.3%



50~66倍

dodoモバイルクーポン



5~20% 平均的な回収率

VS 今までのメルマガ

「開封率」が高いから、必ず見てもらえる！

一般的な
メルマガの開封率



一般ユーザー：15~20%
優良顧客：20~30%

一般的な
モバイルメッセージの開封率



その内

97% メッセージの内容を確認
83% 1時間以内に開封

VS プラスチックカード・アプリのポイント

圧倒的に「コスト」が安い！

プラスチック
カード



モバイル
アプリ



dodo point



dodo point 導入事例紹介



【住所】東京都大田区山王3-28-2
【店舗HP】<http://www.est-est-est.biz/>

「販促コストが下がったのに、予約が増えた！」

dodoの導入前と後で変わったことは何ですか？

スピード感ですね。導入前の販促は、主にグルメサイトの有料版を2つと、ホームページやお店に来たお客様にメルマガを送信するのがメインでした。お客様にアクションを起こしてもらわないとリーチできない「待ち」の営業だったのが、dodoを導入してからは、ダイレクトに「攻め」の営業へと変わりました。ポイントをきっかけにお客様が登録した携帯番号に、前回注文頂いた料理から好みを考慮して、当日の入荷食材のお知らせや割引クーポンをピンポイントで送付できるようになりました。お客様のレスポンスも早いですね。例えば、事前予約で特典が買えるキャンペーンをお知らせすると、お知らせ当日から2~3日は予約のお客様でほぼ埋まります。

どの部分に最大のメリットを感じていますか？

コストの負担なくクーポンが送れるので、リピーターが増えました。キャンペーン情報や割引クーポンをグルメサイトに記載するよりも、ダイレクトに効果が出るので、グルメサイトの有料版は辞めちゃいました。dodoの月額利用料は、ランチで来たお客様が1人でもディナーに来れば黒字になるくらい。おかげで販促コストがぐんと下がって非常にありがたいです。

「導入3ヶ月でリピート率 23% → 55% に向上」

どんなところが導入の決め手になりましたか？

新しいポイントシステムを検討していて、アプリ型のも探しましたが「年配の方は絶対にダウンロードしてくれないな」と思っていました。dodoのサービスを聞いた瞬間「これだ！」と直感しました。多い日で150人くらい来店するので、紙のカードの印刷代よりコストメリットもあるので、導入を決めました。

実際に運用してみていかがでしょうか？導入後最初の3ヶ月でリピート率が23%から55%まで上がっているのは、すごいですね！

本当にシンプルで使いやすいから楽だと感じています。お客さんにも店員にも。今までの紙のポイントカードだと、勧誘するのが難しかったり、断られることも多かったのですが、dodoは手ぶらでポイントが貯まるので、少しお声がけしただけでお客さんが喜んで登録してくれています。後ろに並んでるお客さんが、前の人を見て自分から聞いてくれたりも。一度使ってくれたお客さんは次回以降こちが声をかけなくても、勝手にポイントを貯めてくれる人が増えてきました。今ではいかに「何も言わずに貯めてもらえるか」ということで店員みんな、ゲーム感覚で競っています！リピート率が上がっているのは、お客さんが喜んでくれた結果だと捉えています。

他にはどんな活用をされていますか？

うちはフレッシュジュースのお店なんですけど、今後、真空加工したものをECで販売しようと思っていて、店舗に来てくれたお客さんをECサイトに誘導するメッセージクーポンを送付しようと思ってます。従来のO2O (Online to Offline) の逆 (Offline to Online) を実現できたら楽しみにしています。



【住所】東京都世田谷区駒沢1-17-14
【店舗HP】<http://www.farmersjuicetokyo.com>

「メッセージ送付、30分後に早速効果が！」

メッセージやクーポンを上手に活用いただいているようですね

お子様の誕生日を登録してもらっているの、誕生日には特別クーポンを送っています！あと2週間に1回程度、新作入荷のお知らせメッセージを送っています。子供服はサイズに限りがあり、常連のお客様には頼まれて個別に電話していたのですごく助かっています。

お客様の反応はいかがですか？

すごいです！お知らせを送った30分後には「ちかくのお店でお茶してたの！」と言って来店してくれたら、とにかく送った当日は反応がすごくてびっくりするくらい。お知らせを送った後1週間程度3~4割くらいの方が来店してくれます。メルマガと違って、モバイルに届くメッセージは「必ず」見てもらっていると実感できます。



【住所】東京都世田谷区南島山5-13-13
【店舗HP】<http://xn-vsqu3p5wdtg04c1jml2e.jp>

【住所】東京都港区白金1-13-2
【店舗HP】<http://www.petman-trimming.com/>

「紙のスタンプカードからの移行もスムーズに」

以前は紙のカードを使用されてましたね
飼主様が持ってくるのを忘れてしまう事が多かったの、お店で名前順にポイントカードを管理していました。dodo導入後は、飼主様来店と同時にポイントカードからdodoへ移行し、とってもスムーズに完了できました。

ポイント以外の施策は行っていますか？

以前はメルマガを配信してたのですが、なかなかアドレスを登録して貰えませんでした。今ではポイント付与をきっかけに「必ず」登録して貰っているので、もっと気軽に情報発信できています！また、誕生日にハガキでお知らせを送っていますが、これからはモバイルメッセージでの販促に移行して、業務を効率化させたいです。

お問い合わせ

dodo point のサービスに関してご不明な点がございましたらいつでもご連絡ください。
専任コンサルタントがお応え致します。

03-6869-3610

dodopoint.jp

特許出願番号：特願2015-208357

LINE@

ご不明な点を手軽に解決！
お気軽にお問い合わせください。



株式会社 Spoqa
spoqa.jp

営業時間：平日10:00 - 19:00