

## ハンコ式スタンプカード活用のご提案について

デジタル式ポイントカードシステムの導入意義・分析方法・具体的な活用については、機械の導入やシステムを構築するだけではただの設備投資に過ぎず、何の利益も生まないということです。飲食業においての客単価は、ある程度一定の金額で推移をしているため、来店頻度が明確になれば初期段階としては、ハンコ式のスタンプカードでも顧客層の区分は充分可能だと思います。まずは、大きな経費を掛けた設備投資の前にハンコ式のスタンプカードにて顧客が“ハンコ(ポイント)を貯める楽しみ”を持てる魅力のある特典や仕組みを作り、現場の人間的なサービスとの連動が出来てこそ初めて利益に繋がるシステムの構築ができたこととなると思います。今回は、アナログのハンコ式スタンプカードの作成についての注意点を、良い実例や悪い実例を用いてご紹介させて頂き、大きな経費を掛けずに顧客に楽しんで再来店いただく仕組みづくりをお伝えできればと思います。

### 【スタンプカード作成についての注意点】

**発行日、有効期限、押印欄の数、押印基準**は大切です。

スタンプカード作成において最も重要な部分です。

発行日を記載し、設定された有効期間で終了する場合(例：発行日より 〇ヶ月有効)と発行時に有効期限を記載し期間を定める場合(例： 〇年 〇月 〇日まで有効)があります。

押印欄の数も重要です。特典があまりにも良い内容の場合にありがちな例としては、スタンプ満点時の特典分も売上を取りたいがために、スタンプの数が異常に多いパターンです。あまりにも押印欄の数が多すぎてはいつまで経ってもスタンプが満点になる見通しがつかず顧客様は貯める気がなくなってしまいます。

また、押印基準についても1押印の設定金額毎に押印する場合と来店毎に押印する場合との判断が必要となります。例としては、平均来店1組人数が比較的多く、客単価が高い業態では、金額を重視し、1組人数が少なく客単価が低く安定している牛丼店やファーストフード店などは来店回数での押印が望ましいと思います。顧客への公平性の部分として、売上げへの貢献度によって顧客へたくさんの押印ができるシステムを取り入れることによって貯める楽しみと優越感を与えることができます。客単価が低く普段使いされるような業態の場合は、売上げ貢献度を回数で反映して顧客に還元するほうがスタンプを貯める楽しみをもって再来店してくれると思います。

すでにスタンプカードを実施している場合は、現状のスタンプカードの平均回収サイクル期間を調査し、次回のスタンプカード作成の際、現状の来店頻度より期間内に1回でも多く来店いただけるようなサイクルの有効期限の設定をしてみましょう。

有効期限が無期限のスタンプカードを見かけることがあります。お店側の思いとしては、期限が無いものはいつまでも使えるので、財布にあれば思い出したときに来店の誘引になれば良いと考えられて作られることが多いようですが、そのようなスタンプカードはいつまでも顧客は持って来られません。無期限(いつでもいい)というのは、顧客の背中を全く押さないのです。期限があるか

からこそ、期限内に来店しなくてはせっかく貯めたスタンプが無駄になってしまう！と思い来店するのです。

#### 【押印数設定例】

普通客が2週間に1回来店するとして、有効期限を6ヶ月と設定した場合、

通常来店頻度：180日÷14日（2週間）=13回

よって

15回～20回で満点になるように設定し、期間内での来店回数の増加を見込める押印欄の数と有効期限を設定する。

#### 【押印金額設定例】

ご利用金額に対して 円ごとで、スタンプ1個押印する場合、

あと一品追加注文するともう一個スタンプが押印される金額を設定する。

平均客単価800円であれば、500円毎にスタンプ1個押印する。

#### スタンプ満点時のプレミアム（特典・商品）について

プレミアムは、スタンプ満点合計ご利用金額の3%～5%の還元が望ましいです。過度なプレミアムをつけているスタンプカードをよく見かけますが、費用対効果を見越した還元を続けるのは、経営的にも良くありません。何より先にも書きましたが、押印欄や押印基準をシビアにせざるおえないので、結局お客様はスタンプを貯める気持ちが途中で無くなり、期間内のリピートが下がってしまえば、本来のスタンプカードの良さが無くなってしまいます。

過度なサービス提供や割引が全てではなく、原価のみで提供できる『一品料理プレゼント』を検討したり、お子様向けの特典として『おかし』や『おもちゃ』の用意も必要でしょう。

また、どうしても押印数を多く設定したい場合には、ある一定の押印数の区切りでプレミアムを設定しましょう。スタンプ満点時のプレミアムが最も良いものであることは当然ですが、お客様はまず目指す目標を持てます。特別なプレミアムは全く必要なく、『ドリンク1杯』などでも十分ですし『スタッフと をかけてじゃんけんゲーム』のような企画を交えても面白いでしょう。目標を一つ一つクリアしながら最終目標を達成する方式であれば、押印数が若干多いと感じてもお客様にスタンプを貯める楽しさを与えられると思います。

#### スタンプカードへの利用条件記載と個人情報取得について

- ・利用条件の記載について

スタンプカードは満点となれば、プレミアムとの引き換えとなりますので、割引券などと同様に利用条件を記載しておくことがトラブルを回避するためには必要です。

- ・他のサービス券・割引サービスとの併用不可
- ・ご宴会コースでの押印不可

ご宴会利用者については、利用金額が大きいいため、押印すればその場で満点のスタンプカードを何

枚が発行することになるでしょう。利用金額に応じて割引券やサービス券の枚数を変えて提供しているのと同じです。売上げ貢献度は高く、その日に大きな割引をするのでなければ問題ないとは思いますが、それであればスタンプを押す必要は無く、再来店用のサービス券をお渡しすることがスマートで良いと思います。

貯めたポイントがいつでも好きな時に使えるデジタル式ポイントカードであれば、幹事さんへポイントの加算をしてあげること、積極的に今後ご宴会の際に利用をしていただけ、自分のポイントを貯めるために動いてくれるかもしれませんが、プレミアムのついた満点のスタンプカードを利用金額に応じて何枚かお渡ししても、その後の来店において1回の来店で1枚しか使えなかったり、使い切る前に有効期限が切れてしまったりしてスタンプカード会員の幹事さんには、利用金額ほどのうまみを感じていただけない可能性もあります。

ご宴会のご利用については、別の販促方法にてご案内状やプレミアムの提供を検討されることを検討されることが良いと思います

#### ・個人情報の取得について

スタンプカードで取得した個人情報取得はとても重要です。その後の販促への活用データとしてとても貴重なものとなります。その顧客のスタンプの押印で来店頻度・利用金額が推定できます。スタンプカードの満点達成枚数を顧客ごとにカウントしていくことで貢献度も計れ、年間でのお店への貢献度ランキングも容易にわかります。デジタル式ポイントカードシステムを導入しなくてもハンコ式スタンプカードで十分に顧客分析して顧客階層ごとの販促を進めることができます。ただし、取得した個人情報の取り扱いについては、個人情報保護法にて定められているため、個人情報の取得には、必ず利用動機の記載が必要です。

#### 【例】

ご記入頂いた個人情報は、当店からのご案内のみに利用し、他の目的には利用いたしません。

なかなか個人情報を書きいただけない場合もありますが、回収時にスタッフの確認事項として下記内容の記入を再度お願いすることが後の販促に繋がり大切です。

- ・ 郵便番号
- ・ 住所
- ・ 氏名
- ・ 電話番号
- ・ 生年月日

#### 【声かけ例】

お名前やご住所等をご記入いただきますと、お店からのお得な特典の付いたご案内をお送りさせていただきますが、いかがでしょうか？