

# ウィークリーニュースレター10号 2024

## <顧客とつながるツールを紹介>

お店の売上の多くを支えてくれるのがお客様。いつも購入してくれる人が何人いるのか？その数によってお店の売上が大きく変わります。今回は顧客獲得ツールをアナログからデジタルまでご紹介していきます。

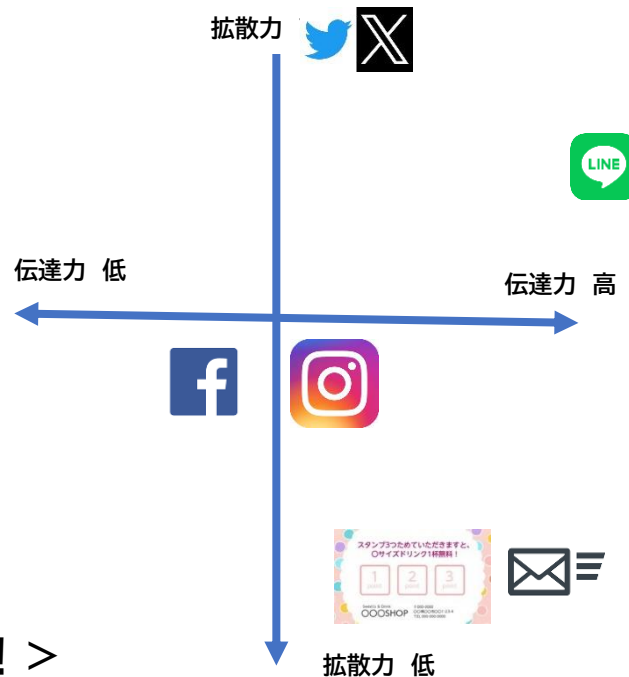
## <各ツールの特徴>

昔はご主人が顔を覚えて「いつもありがとうね～」なんて声かけて気分がいいと1個オマケする。そんなスタイルで常連さんを増やしていたお店も多かったようです。そして次に生まれたのがポイントカード。これは今でも継続しているお店があります。カードを持っているだけで顧客として捉えて利用回数でサービスを還元する方法です。3スタンプカードは3回の来店を目的としたカードでラーメン業界では流行ったそうです。中毒性のあるラーメンは3回食べれば通いたくなるという思考です。最近では1回の利用で100円の割引券を配るかつやさんもアナログなツールといえます。

SNSで言うと「X(旧 Twitter)」「Instagram」「Facebook」「LINE」を使っている人がいます。弊社で配信するメールマガジンもネット経由の顧客獲得ツールです。ではそれぞれどんな特徴があるのか大まかに分析してみました。

拡散力と言うと圧倒的に Twitter が強いです。リツイート機能が拡散料を高めます。株式会社豊吉も1度だけバズりました。賞味期限の近いたこ焼きミックス7tを全て Twitter で購入する人を集めたことがあります。

拡散性は低いけど株式会社豊吉のお客様が一番多く利用しているのが Instagram。写真や画像を加工して美味しそうに見せて集客しています。直接お客様のスマホへ情報を届けるのが LINE です。他のSNSはアプリを開かないと情報を得られません。LINE は通知が来れば必ず開くのでお客様との関係性は深くなります。メールマガジンも内容によっては反応率が上がります。Facebook で集客に成功している弊社のお客様はいないのが現状です。



## <今年から3個！3月の当選番号発表！！>

2022年3月からスタートした納品書番号のおみくじですが今年もやります！今一度、ルールのご説明。納品書の番号が抽選対象の数字です。下の番号と一致した場合、納品書の金額から10%オフします。自動的にオフはしません。お客様から「当選しました！」とメールか電話、LINE でご連絡をいただくと確定です。申告の締切は翌月の1日が締め切りです。しかも！今年からは当選番号を3個に増やします！3月の番号は「50338」と「50435」と「50497」です。



株式会社豊吉 LINE 注文アカウント



キッチンカー開業セミナー



豊吉公式 Twitter



株式会社豊吉ホームページ