

クーポンカレンダー30万円の投資で約750万円の回収!

毎年年末になると配られるカレンダー。そのカレンダーも少し工夫するとリピート客獲得の効果を上げることができます。それがクーポンカレンダーです。

クーポンカレンダーとは?

クーポン券がついた卓上カレンダーで、表紙を含め1~12月分の13枚1セットがCDケース(起立式)に入っています。カレンダーの下部をカレンダーの翌月にクーポンとして使ってもらえるようにしてあります。

ポイントは、2つ。

①**毎日目にするカレンダーなので、お店の存在を常に思い出してもらえることができる**

②**毎月クーポンがついているので、来店のきっかけを作ることができる**

という優れた販促ツールです。

また、年末年始という最もお客様が来店する時期に、年間分のクーポンをお客様に配布できるので、効果的、かつ効率的に、年間を通じた販促を行うことができます。

カレンダー A店様納品事例

- カレンダー：1,000部配布(約300,000円)
- 年間合計回収枚数：764枚
- 一組当たり単価：9,800円
- 合計回収金額：7,487,200円



※写真と本文は関係ありません。

導入店の声

■ **うちのお客様にカレンダーを配布したら、とても喜んでくれたよ!** (飲食店、美容室、スポーツクラブなど)

お客様としても、ケース入りのカレンダーはしっかりとしているので、単純に「モノ」としての価値を感じていただけるようですね。

■ **カレンダーをいつもカバンに入れて持ち歩いているお客様がいたんだよね** (スポーツクラブ)

カレンダーとしての機能を果たしていないのは残念ですが、クーポンとしての価値をしっかりと感じていただけています。

■ **昨年カレンダーを配布して、今年はやらないつもりだったんだけど、お客様から「今年カレンダーはないの?」という問い合わせが多かったんだ。** (レストラン)

一年も前のことですが、お客様はしっかりと覚えていらっしゃいます。カレンダーを買って「嬉しかったこと」として、しっかりと記憶に刷り込まれているのです。この「記憶に刷り込まれている」というのがとても重要なのです。

■ **うちのお客様(常連さん)は、カレンダーを配布したのに「悪いから」と言って全然クーポンを持ってきてくれないんだよ。**

お客様にとっては、「クーポンを使わなくても飲み食いする価値がある」と思っていたらいい例だと思います。クーポンの回収が無いからと言って全然効果が出ていない、という訳ではなく、ノベルティとしてカレンダーを貰うことで、よりお店のファンになっていただけていると思われます。(居酒屋)

■ **1月2月が特に凄くて、各月10%ぐらいづつ回収できたよ!**

1月2月は飲食店にとっては閑散期です。年末ご来店いただけたお客様にカレンダーを配布すると、まだ記憶に新しい1月2月に、特にご来店いただける可能性が高いのです。(焼肉店)

その他の利用法

○ お客様とのコミュニケーションツールとしての利用

カレンダーをお渡しする際は、飲食店であれば、お食事が終了して、ほっと一息ついている時(お帰り間際)、美容室などでは、一通りサービスが終了した時がベストです。

お会計時では、カレンダーをお渡ししてもそのままバッグに入れられてしまいますが、前述のタイミングだと、お客様もカレンダーをじっくり見る余裕があります。その際、スタッフがカレンダーについて簡単な説明を加えるだけでお客様とのコミュニケーションツールとなり、より一層お客様にお店を印象付けることができます。

また、飲食店ではお客様同士でカレンダーについて話をする時間も、「こういうカレンダーがあるならまた来ようね」とか、「私もこのカレンダー欲しい!」など、お客様同士のコミュニケーションで、再来店率を高めることができます。お客様の写真をのせて、お友達へプレゼントして紹介が進んだ例もあります(スポーツクラブ)。

○ (飲食店では)忘新年会営業のツールとして

飲食店では、忘新年会のシーズンになると、周辺企業への営業をされるお店も多いと思います。その際宴会のリーフレットだけでなくカレンダーもお渡しすることで、先方の対応は随分と変わります。

また、お店の印象付けもできますので、宴会受注、またはカレンダークーポンによる来店率を高めることができます。

○ お店のイベント告知

年間を通して、事前にイベントなどの計画ができていない場合は、カレンダーにお店のイベントを書き込むことにより、お客様に対し、お店でいつどんなイベントが行われているのか?を明確に告知することができます。年末に一回カレンダーをお渡しするだけで、翌年一年間の告知が出来てしまうので、販促費のコストダウンも見込めます。