

# 宴会予約月平均20組がだんべー経由、ランチタイムのクーポンも3~5枚/1日の回収

## BEFORE

- フリーペーパー中心の販促に限界を感じていた。
- お客さまに対して週替りのランチや月替わりの宴会メニュー等のクイックな情報提供が弱かった。
- 売上貢献度の高い宴会の予約強化策を模索していた。

## AFTER

- フリーペーパーの媒体を整理、カットしてその分をだんべーのクーポンに置き換え回収枚数は3~5枚/1日とフリーペーパーと遜色ない回収枚数に。
- 週替りのランチや月替わりのランチをお知らせ機能を使い更新。リピーターのお客の来店回数UPを実感。

フリーペーパーからだんべークーポンに置き換え  
お知らせ機能でリピーター客の来店回数UP!!

(単価4500円×平均人数10人=45000円)×月の平均獲得件数20件=900,000円

売上  
約90万円



■ 山海酒房 あかね屋  
http://www.dan-b.com/akaneya/  
■ 群馬県伊勢崎市本町14-1  
■ TEL : 0270-75-3366  
■ 営業時間 【昼】11:00~14:30 【夜】17:00~1:00(L.O.0:00)  
※金・土・祝前日のみ2:00(L.O.1:00)まで営業。  
■ 定休日 無休

新鮮魚介は築地直送  
地物野菜は生産者の顔が見える安心な物  
毎日築地市場から直送される新鮮な魚介類に野菜は生産者の顔が見える安心安全の地元産、そんな旬の食材を熟練の料理人が丁寧に調理してご提供します。鮮度が命の旬の刺身、季節の野菜・魚・上質の肉を使ったあかね屋オリジナルの創作料理の数々…。レギュラーメニューの他に日替りのメニューも常時30品前後ご用意しております。旬の旨い物を集めた「山海酒房あかね屋」

Q. 紙からネットへ広告媒体をシフトしたのはなぜですか？

だんべーも10年以上掲載しているので、ネット広告へはそれなりに早くから取り組んできました。紙媒体もそれより以前からずっと掲載していましたが、ここ数年客層に広がりがないのと反響も鈍ってきたので、一度整理する意味でクーポン系のフリーペーパーを切って、そのクーポン内容をだんべーに置き換えてみました。結果はデイリーで回収が平均3~5枚ほどあるのでフリーペーパーをカバーする分は十分集客できていると考えています。

Q. ランチや宴会の情報をまめに更新しているとのことですが頻度は？

ランチメニューは週替りなので毎週1回、宴会プランは基本は月1回ですが、その他イレギュラーなプランもあるので随時更新しています。最初の頃は漠然と更新していて、たまに更新を忘れる事があったのですが、今では更新が遅れるとお客様から「今週のランチの更新は？」と逆にチェックが入るので更新はサボれません(笑)  
ただ、まめに情報を変えることで確実にPR効果はあるので、特に常連さんの来店頻度が上がっていることは実感できます。

Q. だんべーに掲載していて一番反響感じる部分はどこですか？

一番反響を感じるのとはとにかく宴会予約の多さです。当店も紙、ネットといくつかの広告媒体を利用していますがこれは間違いなく一番です。月平均で20組位の予約を獲得しているので、売上貢献度は断トツの媒体です。また、だんべー経由のお客様は確実に料理コースまで予約してくれて単なる席予約等がほとんど無いのも助かっています。

Q. 今後の広告戦略は？

ネット中心に組み立てていくことは間違いありませんが、一部中高年層にはまだまだ紙媒体が効果的な場合もあるので旨くメディアミックスして、広告を組み立てていきたいですね。

オーナーインタビュー

