

常連客を作る！育てる！囲い込む！

全く新しいリピート集客の仕組み

JOY CODEのご提案



JOY CODE

企業案内

企業案内



コンセプト

企業名

株式会社セントラルエージェント

常連客を
作る

主な事業内容

広告代理店業

常連優待サービス JOY CODE 運営

常連客を
育てる

会社設立日

2007 年 8 月

常連客を
囲い込む

役員

代表取締役 丸山智 satoshi maruyama

所在地

【本社】 東京都新宿区荒木町 23-15 曙大鉄ビル 9F

【TEL】 03-5369-8202 【FAX】 03-5369-8203

【URL】 <http://central-agent.co.jp>

成果を
見る

料金表

コンセプト

リピーター獲得の課題

? 皆さん、こんな経験ありませんか?

広告掲載で一時はアクセスも上がり
ある程度お客さんが来たが

新規が多く、リピーターがなかなか増えない
メルマガ会員もなかなか増えない

これってずっと広告を出し続けるしかないの?

新規を獲得するためにも広告費を払うことは大事ですが
リピート集客の仕組みを確立することで
今後の運営がもっと楽に展開できるのではないのでしょうか?

大事なのは御店の「新規リピーター」のバランス

【JOY CODE】が担う役割は、**リピーター獲得の課題を解決**することです。



コンセプト

JOYCODEのコンセプト -リピート集客の仕組みを構築-

リピート集客の仕組みを作るために
【JOYCODE】が担う役割は「リピーターを作る、育てる、囲い込む」です

作る

育てる

囲い込む

という3つのフェーズに分けて考えています

各フェーズの役割

作るフェーズ
P5～6

他店にはないカードの仕組みを設けることで他店よりも御店に行くことが
「楽しい」「お得」ということを認識させる

育てるフェーズ
P7～8

優待券の内容や、常連ランキングの仕組み等、ゲーム性を持たせることで
ユーザーの興味を御店に向かせる。
御店のファンに育てる

囲い込むフェーズ
P9～13

しばらく足が遠のいても、また帰ってくる仕組み、それがメルマガ
通常のメルマガ会員よりも、一度来店したことのあるユーザーに対しての
メルマガは効果絶大！全自動メール等でユーザーを囲い込む！



常連客を作る

① サービスの流れ



①来店の際、QRコードの書かれたカードをお店（受付 or 女の子）から受け取ります。



②スマホ or ガラケーで QRコードを読み取ると1レベルアップ。お店のメンバーに登録されます。
※1度読み込んだカードは再度読み取り不可。



③レベルが上がると、次回使えるサービス内容が携帯上に表示されます。優待券の内容はお店様で自由に決めることができます。

常連客に支持される4つの理由

- ① 来店記録がインターネットのサーバー上で管理されているので「持ち歩かなくていいスタンプカード」とも言えます。今まで財布の中に入れづらかったユーザーにとって最適なツールと言えます。
- ② お店のメンバー登録への入口が QRコードを読み込むだけなので、アプリと違い超カンタン。会員登録する上でのユーザーの心理的なハードルを下げます。
- ③ また、幅広い年齢層が使えるよう、スマホだけでなくガラケーでも使用できます。また、QRを読み込むタイミングはいつでも OK。電波の悪い場所で遊ぶ時でも問題ありません。
- ④ 来店回数によって優待券の内容が変わるので、ポイントカードのようなバラマキとは違い、ユーザーが何度も足を運ぶ機会を作りやすくなります。

※QRコードを読み込む際、古い携帯や一部機種では動作しないことがあります。予めご了承ください。

企業案内

コンセプト

常連客を
作る

常連客を
育てる

常連客を
囲い込む

成果を
見る

料金表

常連客を作る

② カードの内容

表面



反対面はMEMOとしても
利用可能

裏面



名刺大のカードを使います。
来店ごとに新しいカードを渡します。
(同じカードを2回読み込むことはできません)

デザインは左図になります。カードに記載された文章を読めば初めてのお客様でもすぐに理解できる内容となっております。また、受付にて下記チラシやOHP上で宣伝することで他店との差別化を図ることもできます。



サービス説明チラシ

※QRコードを読み込む際、古い携帯や一部機種では動作しないことがあります。予めご了承ください。



JOY CODE P06

常連客を育てる

① 優待券についての仕組み

■ 優待券使用の流れ (ユーザー画面)



来店回数(レベル)ごとに設定が可能な優待券

何回目の来店でどんな優待券(優待サービス)を出すかはお店の自由。
一覧の鍵マークの優待券は、そのレベルになると手に入れる秘密の優待券(非公開設定)。
魅力的な内容を入れる事でユーザーのお店への依存度を高め、ファンにする事が狙いです。

- 優待券はそれぞれ1回のみ使用可能。インパクトのある優待内容を設定できます。
レベル上限は199を超えると第2ステージのレベル2に戻り、以後同じようにループします。



お客様は優待券を使うと使用日を表示。

店舗型の場合、お客様は受付で画面を表示。

無店舗型の場合は電話口で伝えます。
(使用の有無はP12の管理画面から確認できます)

優待券は1回しか使えないようになっています。



常連客を育てる

② 常連パスポート（常連ランキング）

来店回数の多いメンバーに更なる付加価値を付けることで、お客様の競争心を煽る

常連パスポートとは？

●一定期間に〇回以上来店した人に常連の証である**常連パスポート**を発行できます。

●さらに常連ランキング上位〇%の人に**ゴールド会員カード**、さらにその上の**ブラック会員カード**が発行できます。

常連ランキングとは？

●一定期間内（〇ヶ月）のメンバー来店回数を自動集計して**来店回数ランキング**の表示をします。
（お店ごとで表示、非表示の設定が可能）

●自分が今、何位なのか分かるので、**他のメンバーとゆるく繋がっている**感覚が、楽しさと同時に競争心を煽り、ランキング上位を目指すための**再来店の動機**になります。

お客様のランキング画面



お客様のパスポート画面



常連客を囲い込む

作って育てたユーザーに対して積極的に仕掛ける

囲い込む！の前にここで再度新規客がリピートしない理由について考えてみます
どの業界においても共通の事が言えますが、**リピートしない最大の理由は…**

**お店の事を忘れる****変化が無く飽きる****環境の変化****御店の事を忘れる!です**

それを少しでも防ぐために、作って育てたユーザに仕掛けていく仕組み、それが↓



企業案内

コンセプト

常連客を
作る

常連客を
育てる

常連客を
囲い込む

成果を
見る

料金表

常連客を囲い込む

全自動メール(来店アフターフォロー)



3日後にサンキューメール

来店翌日ではなく、店を忘れ始める3日後にサンキューメールを配信します。
メールには次回使える優待券がついています



3週間後に優待券使い忘れ防止メール

来店から3週間後、再来店が無く店の事をだいぶ忘れている頃に今度は
「優待券の期限切れが近づいていますよ」という通知をします



3ヶ月後におかえり優待券メール

来店から3ヵ月後、再来店が無く店のことをすっかり忘れた頃
「おかえり優待券」を自動発行して再来店を促します

※おかえりメールのみ、期間を管理画面にて設定できます



JOY CODE P10

常連客を囲い込む お店の常連を管理、仕掛ける

登録イベント一覧

開催中イベント
開催待ちイベント
終了イベント

イベント設定

優待イベント新規作成
自動設定(雨の日)
自動設定(お帰り)
自動設定(バースデー)
常連パスポート設定

メンバー情報

メンバー一覧

ラウンジメンバー一覧

一覧ダウンロード

No	ニックネーム	利用数	最終利用日	地域	年齢	生年月	メモ
1	カズ	2	2014/05/29	-	-	-	常連メモテスト
2	太郎	1	2014/06/02	-	-	-	単価25,000円 巨乳好き
3	タンゲ	1	2014/06/03	-	-	-	いつもフリー
4	CAL いけだ	1	2014/06/03	-	-	-	
5	かつまた	1	2014/06/03	-	-	-	相模原在住
6	真鍋	1	2014/06/03	-	-	-	単価50,000円 新人ススめると成約率が高い
7	なべまこと	1	2014/06/03	-	-	-	競合店の店長さん。ギャル系が好き。
8	SA	1	2014/06/03	-	-	-	業者の方。営業電話するとめっちゃ怒るので 要注意してください
9	た98	1	2014/06/03	-	-	-	毎週実際の画面とほぼ多少異なります

上の画像はクライアント様から見る管理画面の一部になります。ここでは御店のカードで登録したメンバーの一覧が表示されます。その中でメンバーの**最終来店日**や**来店回数**、**年齢**や**移住地**が表示されます。またメンバーの属性メモも**500文字まで記録**でき、個別に優待券を発行できます。メンバーに対してクライアント様から効果的に仕掛ける事が可能です。

※例えば会員No3の〇〇さんが半年以上来ていないので「前回指名した女の子の指名料無料」を〇〇さんへの優待券として発行することも可能です

企業案内

コンセプト

常連客を
作る

常連客を
育てる

常連客を
囲い込む

成果を
見る

料金表

常連客を囲い込む

手動メールで配信、特定のユーザーに来店を促す仕組み

前述した全自動メール以外に、手動で優待券を発行することもできます。

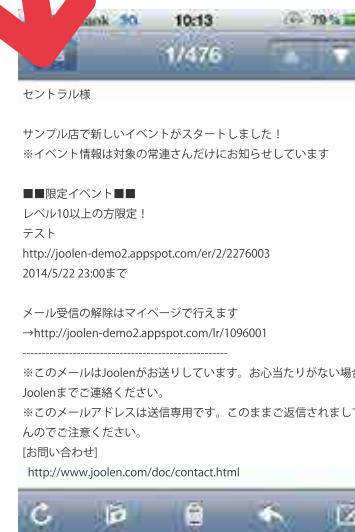
来店回数が〇回以上の人限定という制限を付けられます。

来店回数3回以上の人だけに割引セール優待券や
歓送迎会シーズンの団体割引チケット等の発行が可能です

①管理画面から優待券作成



②メール通知 + 優待券取得



③来店して優待券画面を店に提示

④サービスの提供



JOY CODE P12

企業案内

コンセプト

常連客を
作る

常連客を
育てる

常連客を
囲い込む

成果を
見る

料金表

成果を見る

作って、育てて、囲い込んだ結果どうなった!?

レポート結果

■店舗データ
渋谷 JOY ヘルス

■来店実績(3/31-4/6)

[曜日別来店数]

月:5人(新1,リピ4)

火:0人(新0,リピ0)

水:5人(新1,リピ4)

木:3人(新2,リピ1)

金:3人(新1,リピ2)

土:3人(新0,リピ3)

日:0人(新0,リピ0)

計:19人

(新規5,リピート14)

(ユニークリピート数:12人)

[優待券使用人数]

7人

■メンバー情報

メンバー総数:548人

来店回数:人数

1回:376人

2回:69人

3回:32人

4回:21人

(以下省略)

JOYCODEを使用してどれだけ成果が出たか? レポートメールにてご連絡します

左のレポート通り、実際何名のお客さんが【JOYCODE】を利用したか?
それを週単位、月単位で計測が可能です。
新規、リピーターの内訳を確認することで

「分析⇒問題提起⇒改善」が可能になります。

例えば、来店回数1回(レベル1)⇒2回(レベル2)にかけてのユーザーが
圧倒的に少ないことが分かると、レベル1のお客さんに対し、限定の優待
券サービスを発行する等の対策を講じる事ができます。

利用状況は毎週月曜と月1回
自動で結果レポートをメール配信しています
広告掲載の結果が検証可能です



JOY CODE P14

企業案内

料金表(税別)

コンセプト

初期登録費用

■ サービス登録料 ————— 50,000円

常連客を
作る

月額使用料(1店舗あたり)

■ 基本料金 ————— 30,000円

常連客を
育てる

QRコード料金(1ロット 1,000枚からの御注文になります)

■ 1,000枚 ————— 4,500円

常連客を
囲い込む

成果を
見る

※カード配送料を含めた金額となります ※1回のオーダー時に3,000枚以上ご注文の場合、1000枚ー3,500円になります

料金表