



CRM連携事例集

ebisol

株式会社エビソル

過去に予約されたお客様にメールでアプローチ！ 効果的なお知らせでリピート施策を実現

「スマート予約」での予約時にお客様の許諾を得ることで「ebica」の顧客台帳に蓄積されたメールアドレスにメールを発信することが可能になります。

CRMサービスと「ebica」を連携することで、メールマガジンのような一斉配信だけでなく、来店頻度に応じたメールを自動で送るなど個別性の高い効果的な再来店促進施策を行うことが可能になります



✓ 会員化とメッセージ送信

「ebica」の予約フォームにはメール会員のパーミッション機能がついています。ネット予約時にメール会員を増やします。CRMサービスと連携することで、来店履歴に応じたご案内メールを送ることができます

✓ ポイント付与

会員向けにポイント制度を運用している場合は、「ebica」と連動することで予約来店時に「予約来店ポイント」を付与することができます

✓ お客様の予約利便性の向上

お店の会員アプリと連携すると、予約時に必要なメールアドレスなど会員の基本情報は自動的に入力されるため、お客様は日時や人数を入力するだけでカンタンに予約ができます

※連携可能なCRMサービス、料金など詳細はお問合せください



経営戦略室 渡辺浩一様 企画デザインチーム 唐沢史郎様

効果的に情報を利用！ CRMサービス連携でメール配信

Before

- 紙の予約台帳で顧客を認識しづらい

After

- 顧客情報が自動で蓄積し、来店回数や会員情報なども一目瞭然に
- 蓄積された情報を簡単にメルマガ配信などに利用可能



業態

スペイン
イタリア
など

席数

34~
110席

平均単価

☀ ~¥2,000
☾ ¥3,000~¥6,000

「再来店に対して誰もが顧客認識できる」をめざし「ebica」を導入された和食、イタリアンなど各国の郷土料理を提供しているアキナイ様。
「ebica」との「CRM連携」により、お客様へ効果的にアプローチできるようになりました。

導入の目的

顧客台帳でお客様の情報をスムーズに把握

導入のきっかけは、弊社代表があるお店に『2回目』の来店した際に、「いつもご利用ありがとうございます」とスタッフの方に声をかけていただいたことに大変感激したことです。そこで、**顧客認識ができるようになることで自社の顧客満足度をあげていきたい**と考え、「ebica」を導入しました。

効果

CRMサービス連携で効果的に情報を利用！

例えば新店オープンのタイミングや周年イベントの時に、送付対象となるお客様を、来店回数や「〇〇会員」など、「ebica」顧客台帳で検索し、住所等の必要データをダウンロードしてダイレクトメールを送ることもあります。
最近では、一部店舗で**「ebica」の顧客情報とCRMサービスのメルマガ機能を連携し、顧客台帳にあるお客様へ、販促メールを配信**する取り組みを始めました。効果検証をしながら今後は全店舗でも活用していきたいと考えています。





店長兼ソムリエ（左） 安井隆允様
常務執行役員マーケティング本部長 山田 真輔様

CRM連携での顧客管理が目的で「ebica」を導入

Before

- ・予約台帳内にある顧客情報とCRMの連携ができておらず、顧客へのメール配信業務が煩雑

After

- ・「ebica」に蓄積された顧客情報とCRMとの連携で顧客へのメール配信が簡単に

俺の株式会社

業態

フレンチ
イタリアン

席数

48席

平均単価

☀️ ¥3,000～¥3,999
🌙 ¥4,000～¥4,999

※店舗による

ミシュラン星付き級の料理人が腕をふるい、高級店の3分の1の価格で料理を振る舞うという手法で業界の常識を覆し、話題をさらった俺の株式会社様。
顧客メールを効率的に配信するために「ebica」との「CRM連携」を利用されました。

導入の目的

CRMと予約台帳を連携し、顧客管理したい

以前利用していたCRM（メール配信サービス）は予約台帳とのデータ連携ができず、メールの配信業務に時間をとられてしまう状況でした。業務効率化のため、CRMと予約台帳を連携し顧客管理したいと考えていたところ、「ebica」ではそれが叶うということがわかり、導入を検討し始めました。

効果

メールマーケティングの実施でお客様へアプローチが可能

予約来店後のサンキューメールやお店ごとの企画に関するメールを、来店履歴がありメールを送ることに同意していただいているお客様には頻繁に送っています。最近の企画では、和牛甲子園という畜産高校の生徒たちが育てた牛のせりがあるのですが、日本の畜産の未来のためという目的もあり、我が社は積極的に買いにしています。そのお肉をいろいろな料理に仕立てたフェアの告知などをメールで送っているんです。フェアの企画にもよりますが、たくさんのお客様にご来店いただいています。





焼肉やまと 船橋本店 店長 藤木 一寛 様

効率的を乗り越えて人の手がいらない！

Before

- ・店舗運営を行いながら、全て手作業で顧客データ管理やDM発送を実施

After

- ・DM（はがき・メール）発送のデータ作成の完全自動化の実現が可能に
- ・「ebica」に蓄積された顧客情報を、「betrend」の管理画面で簡単にさまざまな条件で抽出しDM配信が可能に
- ・紙のDM発送も「betrend」に簡単に依頼が可能に
- ・効率的を乗り越えて、2~3名分の手作業工数がなくなった



業態

焼肉

席数

180席

平均単価

☀️ ¥1,000~¥1,999

🌙 ¥5,000~¥5,999

※店舗による

黒毛和牛のA5、雌牛の飛びのみを仕入れている焼肉やまと様は、常にリピーターがお客様の7割を占めるといいます。お店のファンを作り続けるその裏には、徹底したCRM活用がありました。

導入の目的

会員データはライフライン

弊社はリピーター様ありきで、7:3でリピーター様が多いです。常に新規の方が3割くらいいらしている感じで、新規の方も来店されればさらに会員様になるという感じです。

弊社では会員データがライフラインという考えがあります。

やはり、会員データがないとなにかのときに手が打てない、今のようなコロナ禍でもデータがないとなにも術がないと思うんです。

そこで、**現在、ほとんどの方がスマートフォンを持ち歩いていらっしゃるの、アプリの会員証がいちばんいいのではないかと**ということになりました。アプリ会員向けに無料で一斉通知を送れるのも魅力だということで、CRMの導入を決めました。

効果

DM送付先データの作成も完全自動化

DM発送の業務効率が非常に上がりました。

日々、入会されるお客様がいらっしゃるわけです。しかも、毎日、組数も違えば人数も異なります。

それを**自動換算して自動抽出してくれるので、完全に自動化され、効率的というか人の手が入らなくなりました。**

以前は、店舗の営業も見ながらデータ管理や作成もやっていた正直パンク状態。そのため、発送が間に合わないというようなときもあったと思うんです。

弊社は本部の人間も含めいろいろと兼任していますが、今ではデータ作成に携わらなくてよくなりました。**人でいったら2~3名分の手が空いたと思います。**

導入の効果

「ebica」に蓄積された顧客データを「betrend」のから抽出し、活用可能！

定期的な紙のDM発送もやっているのですが、DMの発送も「betrend」を通して行っています。以前は印刷会社さんにこちらからお願いをやっていたのが、今はアプリと連携して、会員入会から1ヶ月、2ヶ月、3ヶ月、1年というスパンで連動した販促が打っています。

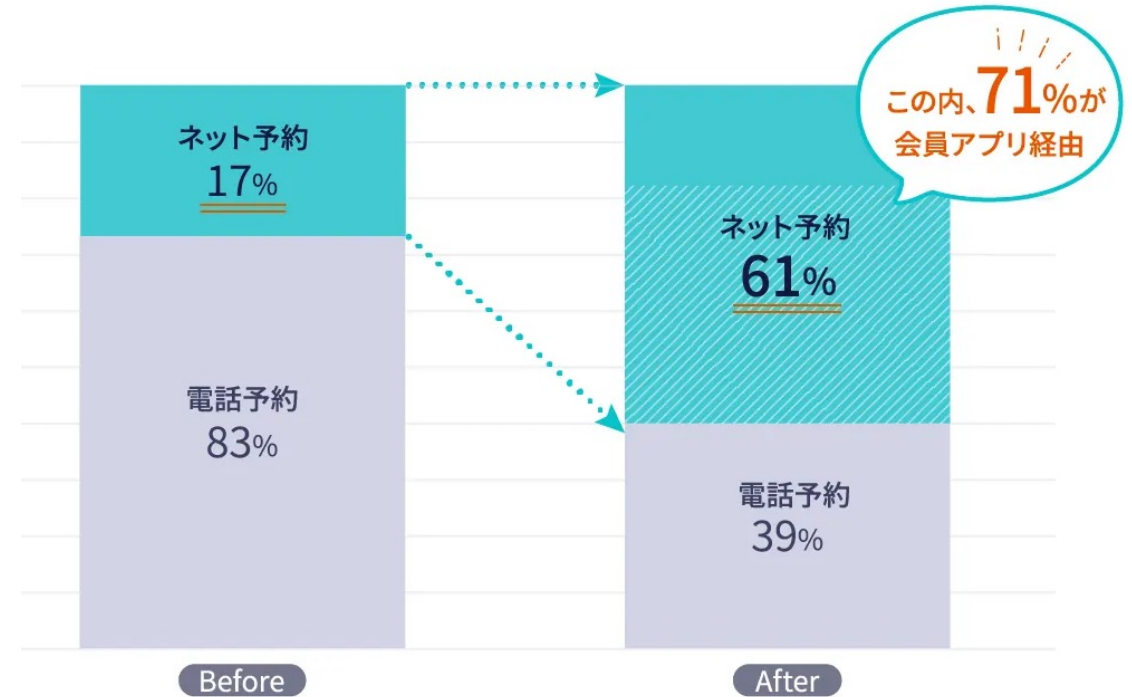
もともと紙のDMは「betrend」でできると思っていなかったんです。こちらで会員の管理をして手動で発送するイメージだったんですけど、それが連動できたので「あ、すごいじゃん」となりました。

ご年配の世代のお客様にはアプリは正直まだ響かないので紙のDMを必ず送り、若い層の方にはアプリ通知という風に分けています。今だいたい会員数が3万7000件くらいあるのですが、そこに一斉通知できるのは大きいです。コスト面でも抑えられますし、デザイン面でもライトに作れてすぐに送れるので、非常に助かっています。RFM分析にて郵送するお客様を極力限定し、**レスポンスを高めることも実施**しています。通知であれば、他のクーポンと併用にならないように注意するだけで、休眠客であったり1回目の来店のみで2回目はまだというお客様にもコストを気にせず販促することが可能です。



「betrend連携」活用前後の電話・ネット予約比率

(エビソル調べ)



紙のDMに関しては、戻りの履歴を見えています。来店履歴や利用金額、来店のスパン、来店頻度、保有ポイントなどと、住所をかけあわせてお送りするなど、

「ebica」に登録されているお客様データを「betrend」の管理画面で簡単に抽出できるので、DMを送ってご来店履歴がある方には、また次も送りますし、響かない方、DM送っても空振りする方にはだんだん送らないよう抽出を絞っています。