

天気情報を利用し、顧客の来店を促進

～大手飲食業界 マーケティングオートメーション(MA)施策【メルマガ】～

MAを活用した施策の自動化を行うことで、従来より月間1.5倍の施策数に対応、クーポン反応30%アップ!

課題

**顧客が抱く多様なニーズに
応えることができていなかった**

ニーズに応える施策を展開しようとする、施策単位で個別対応が必要な運用体制だったため、コストパフォーマンスが合わず、実現することができていなかった。

効果

**多様な利用場面に応じて、
最適なコミュニケーションを実現**

顧客の行動やその日の天候、誕生日などをトリガーに自動で通知されるシナリオを用意し、シナリオを磨いたことで、クーポンの反応が30%上昇した。

- 会員との継続的な接触を行うために、クーポン付のメールを定期的に配信。また、そのアクション結果をもとに「サンキューメール」「フォローメルマガ」を実施。
- 店舗限定メニュー・新規出店・既存店舗のリニューアルなど、特定店舗の周辺に居住している会員に向けてメールを使った情報を発信。
- 本会員、またそのお子さまの誕生日に特別クーポンを配信。

天気情報を利用した店舗来客促進

天気情報を外部から取り込み、該当した特定地域(市区町村)の会員へ特別なクーポンを用意し、メッセージを届ける。

