

(左上から時計回りに)
道とん堀、おたる寿し、
Zoff Gift、BLUE NOTE
TOKYO、コールド・スト
ーン・クリーマリー、西洋
グルメカード、バリューブ
ランニング



バリューデザイン
代表取締役CEO
尾上 徹

当社は、これまでにさまざまな業種や規模の企業のカード導入を手掛けてきました。中には、成功事例だけでなく失敗も経験しましたが、この経験が当社の武器となり、現在の顧客へのサービスや提案力につながっています。現在の126社（店舗数は、4,000強）という導入社数は国内最大（バリューデザイン調べ）です。その理由は、導入後のアフターサポートに力を入れてきたことにより、実際の効果を感じていただけたからと考えます。

独自電子マネーの導入を成功へと導く秘訣は、導入後のプロモーションと、店舗オペレーションにあります。当社では、専任コンサルティングチームを設け、キャンペーンの企画からポスター、パンフレット等販促ツールの提案、店舗スタッフ用教育ツールを提供し、お客様の課題解決を実現いたします。また、大日本印刷との資本提携をはじめとした大規模なアライアンス戦略の実現により、さらなるサービスの向上を目指し、お客様への信頼を高めて参ります。

●お問い合わせ先
東京都中央区入船1-1-26
永井ビル8F
Tel 03-5888-5531
E-mail info-desk@valuedesign.jp
URL http://www.valuedesign.jp/



どん
営業サポート課
課長
石垣利彦

「カードのご説明がお客様との会話のきっかけになり、お客様とスタッフとの間にフレンドリーな関係をつくることにも結びついています。そのためカード導入後『接客が楽しくなった』というスタッフが多く、

「カードのご説明がお客様との会話のきっかけになり、お客様とスタッフとの間にフレンドリーな関係をつくることにも結びついています。そのためカード導入後『接客が楽しくなった』というスタッフが多く、



米国で10兆円規模のギフトカードマーケットを創出するギフトカードモール。国内では大手スーパーマーケット、コンビニエンスストアでの展開が見込まれている。他のチャネルを活用することで、新規顧客の獲得が可能となる

ます。チャージごとに最大5%がボーナス加算されるほかに、3か月間に3回以上利用され、その合計金額が1万円を超えたお客様には500円のクーポンが自動的にチャージされますが、直近の3か月では1万5000人のお客様がこのリピートボーナスを受け取りました。カードの稼働率も高いですね」(どん営業サポート課・石垣利彦課長)

同社は強引にカード枚数を増やすようなことはしていない。むしろその逆で、各店のスタッフにはカードについて来店客にきちんと説明し、納得した顧客にだけカードを勧めるように徹底させている。そのため導入前にはバリューデザインとの協力も得て、店長を対象にしたカードの説明会も行った。それが功を奏しスタッフは、カードを持つことの利点をまず自分がきちんと理解できたので、自信を持って顧客に勧められるようになったという。

モチベーションが上がっています」カードというツールを導入すれば即座に売り上げが伸びるというものではない。重要なのはその運用だ。「バリューデザインさんはその面でもいろいろアドバイスしてくれて、ツールに血が通うようになりまして」(石垣課長)



DON SMILE CARD!

約26万枚の発行枚数を誇る同カードは、チャージや利用金額に応じたボーナスも顧客の魅力となっている



PRECIOUS CARD

現在、約100店舗に導入しているが、年内にはFC店舗を含めた全店に拡大する予定だ

顧客単価が10%アップ ——上島珈琲店

「1杯350円前後のコーヒーが主力の喫茶店にとって、顧客単価を1円上げるのでも大変なこと。それが一気に10%くらい上がったのですから、予想を超えた成果です」驚きの表情でそう語るのは、上島珈琲店などを展開するUCCフードサービスシステムズセルフサービス事業本部の細野修二リーダーだ。カード利用の顧客は、現金顧客より10%くらい単価が高いのである。



UCCフードサービスシステムズ
セルフサービス事業本部 企画チーム
チームリーダー
細野修一

「カード事業の支援を依頼したバリューデザインさんと打ち合わせ

1年足らずで26万枚を販売 ——ステーキのどん

このカードの企画やシステム開発に携わったバリューデザインは、プラスチック型プリペイドカードの導入で国内トップクラスの実績を持つ。そのバリューデザインの担当者が驚くほど短期間でカードの発行枚数を伸ばしたのが、どんだ。同社は昨年6月、「ステーキのどん」「フォルクス」「どん亭」など全国にチェーン展開する約200店に「DONSMILECARD!」を導入したが、現在その発行枚数は約26万枚に達している。「組数でいうと、来店されたお客様の5%がカードに加入されてい

バリューデザイン

国内最大の導入社数とノウハウで 高い効果を生む

プラスチック型のプリペイドカード導入で、外食産業にとって大きな課題である顧客の固定化に成功している企業がある。その現場を検証すると、単価アップや従業員の意欲向上など、思わぬ副次的効果が生まれていることも判明した。販促ツールとしてのプリペイドカードに新しい可能性が見えてくる2つの事例をご紹介します。

をしている過程で、携帯電話と連動させようというアイデアが出てきました。携帯メールのアンケートなどはレスポンス率がとても高く、情報発信でリピート率を高めるという当初の目的は十分達成できています。今後は、さらなるカード利用顧客の拡大が課題です。」(細野次長)

同社はこの4月から「珈琲館」「カフェ・デイ・エスプレッソ」などUCCグループの他業態にも順次、展開していく予定で、「今後1年間で発行枚数は現状の7〜8倍に増える」(細野次長)と見込んでいる。