



くすいなたん

皇月号

Vol.130
2015年5月

毎月20日発行

発行人 藤本高司

発行所 フジモト株式会社

飲食店向け情報満載かわら版
毎月発行

飲食店舗さま向けにかわら版を毎月発行します

■ 新茶の候



今年のGWは、天候にも恵まれて各所で賑わいを見せてました。食に関するイベントは、地域の活性や人の集客には、最も効果が出しやすいですね。私もお休みを頂いて浅草エリアを散策して気になるお店巡りをしてきました。3勝2敗で一つ勝ち越し。勝敗は、店構えでの期待感、味、接客、値段。とくに店構えで、老舗そうな佇まいで長い商いを営んでいる安心感、入口から垣間見れる女将さんの愛想良さそうな笑顔、入る前から期待感で満腹な状態などある浅草のレストラン。大きな期待に失望して出てきました！油切れの悪いとんかつ、フレッシュ感のないキャベツ… 人間勝手なもので期待感とのギャップほど点数が厳しくなりますね！

並べて覚える

広告社ふれいん 竹田清人

■ 煙試験 (Smoke Test)

■ お店で使えるマーケティング用語集 第41語 ■

煙試験 と 分割試験

Smoke Test vs. Split Test

新しいメニューを始める時や、新しいサービスを始めてみたいと思った時には、本当にお客さまに喜んで頂けるかどうか気になって色々迷うことでしょう。
そのような時、どのようにして方針を決定しますか。

店長や役員、飲食コンサルタントの試食会やロールプレイングなどを実施されるお店は多いと思います。そして、多くの専門家のご意見を伺っても客観的には疑問が残ると考える方もいらっしゃるのではないのでしょうか。

方法を変えてお客様アンケートなどを実施すれば少しは違った視点で見えてくることもあります。どれだけのお客さまが真剣に答えて下さるでしょう。

これらの方法では本当のお客様の行動はなかなか予測できません。それは第三者に聴く意見はどうしても本当のお客様の考えとは違ってしまからです。

アンケートの場合お客様に答えて頂く訳ですが、まだ実際は無いものについてですから、やはり第三者なのです。

では、本当のお客さまからの聞き取りの方法は無いのでしょうか。実は幾つかあります。今回はその中の二つをご紹介します。



電気回路にはじめて電源を通す時には配線ミスなどがあると温度が上がり煙が出る事があります。このため実稼働前に少し通電し検査するのを煙試験 (Smoke Test) と呼びます。これが、実際に商品を販売する前の予約によるテスト販売の意味に使われるようになりました。

例えば、新商品のプランがあれば販売開始日前に予約を受け付けて申込数を確認するなどがそうです。あまりにも申し込みやお問い合わせが少なければその商品の可能性はそれほど見込めないということになります。もし、好ましくない試験結果が出た時にはお詫びのプレゼント等の方法で対応しても良いですし、飲食店であれば限定商品としてご予約のお客さまにだけ提供することも可能でしょう。

分割試験 (Split Test)

A/Bテストと呼ばれることもある手法で、同時に幾つかの方法でテスト販売をすることが分割試験 (Split Test) です。幾つか似たような環境の店があれば、それぞれの店で異なった方法で暫く販売をして結果をみるなどが考えられます。また、一店舗だけで試験を行うなら、週替わりなどで様子を見るということも出来ます。

暫くは二重の手間が掛りますが、この試験で得られた結果は間違いなく客観的なものになるでしょう。当然ですが、結果を見て良い商品を残し結果が出ない商品は取りやめることとなります。

Smoke Test や Split Test はWeb通販などで良くつかわれる手法です。お客さまによってランダムに異なる画面を表示してどちらの画面からの売り上げが多かったかを調べるのが Split Test。

一部のお客さまに早めの先行予約などを受け付けて反応を見るのが Smoke Test です。これらのマーケティングノウハウが他の業界にも普及して来ているわけです。

フレッシュNEWS

担当：伊藤 久美子

第20回 ビッグデータ活用展 春 出展いたしました！

去る5月13～15日に東京ビッグサイトにて開催の「ビッグデータ活用展 春」に参加いたしました。

「ビッグデータ」…このワードはずいぶん前からお聞き及びの事と思いますが、ようやく本格的にその活用が進み、その需要はますます高まっております。この時機に弊社のサービスも含め、各社より新たな成功事例がプレスリリースされています。

この度の「活用展」においても興味深い展示が揃い、ご来場のお客様も例年以上の賑わいをみせていました。

弊社ブースでは、今年4月にサービスインの飲食業お客様向けビッグデータ分析サービス「StarBoard インテリジェンス」をデモデータ「こだわりの日本酒・串焼き居酒屋」編を使ってご案内いたしました。

これは、「売上高とお客様の店舗滞在時間の相関関係」を分析したものです。そこには、売上傳票の数字だけでは見えない興味深い情報が浮かび上がってまいります。その分析で捉えた「特性」を店舗運営にどのように活用していくのか。これこそが弊社のサービス「Star Board インテリジェンス」の骨子「分析を速く」「判断を早く」「手立てを早く」でございます。

また「KIOSK端末」(今回も株式会社PFU様にご提供いただきました)は、殊に外国のお客様が興味をお持ちになりご案内いたしました。既存顧客への「サービス向上」「来店促進」と新規顧客をオムニチャネルにより「会員化」へと繋ぐオモシロイ仕組みです。



飲食業のお客様には活用して頂きたいですね！

デモ動画もございます。ぜひ、ご紹介させていただきます。

YouTubeデモ動画→<https://youtu.be/Bc1WCImMxNw>
ご多用の中、ご来場いただきまして誠にありがとうございました。