

顧客管理まで対応する予約管理システムが登場

(株)エアネット

(本社)東京・品川区、井山大介社長

飲食店に特化したクラウド型予約管理システムとして、エアネットが提供している「リザーブキーパー」。そのサービスに顧客管理機能が付加され、リピート率アップに威力を発揮する、新コンセプトのシステムにバージョンアップした

来店履歴を生かしたサービスでリピート率が向上

「リザーブキーパー」は、紙で管理していた予約台帳をデジタル化し、パソコン、タブレット端末などを通じて、全社で共有できるようにしたシステムである。

従来は、店舗の営業時間外は予約の電話を受けられず、知らぬ間にお客を逃していたケースが多かった。しかし「リザーブキーパー」を導入した企業では、各店舗の予約台帳を見ながら本部などで予約の受け付け、確定をすることで、予約を確実に獲得できる。予約希望の店舗が満席の場合、空席がある近隣の系列店にご案内すれば、グループでお客の囲い込みをすることも可能である。こうした予約台帳の機能はそのま

まに、予約電話を受けたその場でお客様の利用履歴を画面に表示する顧客管理の新機能が付いた。

顧客情報は予約を受け付けるたびに自動的に蓄積。電話番号と名前を基に、過去の来店回数、キャンセル回数などを店舗とグループ店舗全体について表示する。また、直近5回の来店時の情報や、各店舗の担当者が備考欄に記したメモを確認できる。備考欄は、最大2000字までの情報が登録でき、アレルギーや苦手な食材、要望やクレーム内容など、自由に記載ができる。

受け付け時に「いつものお席がよろしいですか?」「〇〇さまはトマトが苦手とお伺いしておりますが、いかがいたしましょうか」等々、きめ細かな対応ができ、お客はサービスの行き届いた店という印象を持つ。また、店長の異動が多い居酒屋チェーンなどでは、新店长がお客の情報を確認して、「いつもご利用ありがとうございます。〇〇さまのこと

は前任の店長から伺っております」「いつもお世話になっております。今日はお挨拶代わりに、私からドリンクを一杯サービスさせていただきます」等々、常連のお客の心に響くサービスができる。

こうした「リザーブキーパー」ならではの機能を生かした、他店にまねができないサービスが、リピート率アップにつながっている。

さらに、住所、勤務先などの追加情報を登録しておけば、DMなどの宛名印刷への利用も可能である。その際、「来店回数が5回以上」「90日以上来店のない顧客」など、さまざまな条件で絞り込め、ご利用のお礼、再来店を促すクーポン券の送付など、タイムリーで有効な販促が打てるのもメリットである。

全店の予約状況が一目瞭然 予約に対する意識が変わる

予約管理台帳としての機能も、ビジュアル面が進化してさらに充実した。

新たな画面では、グループ内各店舗の1週間の予約率が日ごとに色の濃淡で表示される。色が濃いほど予約率が高く、星印が付けば予約で確実に1回転することを意味しており、各店舗の予約状況が一目瞭然である。

予約台帳をデジタル化して本部と店舗間で情報を共有できる「リザーブキーパー」。店舗間で予約台帳を管理するためにスマートな顧客対応も可能になる





デジタル化された予約台帳。このデータがインターネット経由で共有できるので、エリアマネージャーはどこからでも全店の予約状況が把握できる。そのため、人件費のコントロール策や販促対応が迅速に図れる、といった副次効果も期待できる

店舗選択画面。グループ内各店舗の1週間の予約率が昼夜それぞれ、日単位で、色の濃淡で表示される。色が濃いほど予約率が高く、星印が付けば予約で確実に1回転することを意味しており、各店舗の予約状況が一目瞭然



リザーブキーパーのシステム概念図



8週間先までの情報を確認できるので、色が薄い店は直ちに予約獲得の手立てを考え、本部のスーパーバイザーはタイムリーに対策が打てる。グループ全店の先月、今月、来月の平均予約率ランキングも表示できる。ランキング上位の店はモチベーションが高まり、下位の店は上を目指そうと奮奮。いい意味での店舗間の競争意識が高まる。

導入店からは、「予約に対する意識が変わり、グループ全体の予約率が向上した」「以前は大きかった店舗間のばらつきが減った」といった声が聞かれ、予約率アップに効果を発揮している。

もう一つ新たに加わったビジュアル表示が電話による事前確認の要否だ。

事前の連絡が必要な場合は「要連絡」にチェックを付けると、予約欄がピンクに。連絡済みでチェックを外すと通常の色に戻る。前日までに予約確認の連絡を確実に行うことで、予想外のキャンセルによる損失を防止できる。

このように新たな機能が加わった「リザーブキーパー」だが、費用は従来と変わらず、初期費用が3万1500円、月額費用は、基本料金5250円(本部アカウント10個他)、店舗アカウント利用料金が1店舗につき5250円である。クラウド型サービスなのでサーバーの構築は不要、インターネット環境とiPadやパソコンがあれば、すぐに利用できる。

無料でのテスト導入も受け付けている。

指そうと奮奮。いい意味での店舗間の競争意識が高まる。

導入店からは、「予約に対する意識が変わり、グループ全体の予約率が向上した」「以前は大きかった店舗間のばらつきが減った」といった声が聞かれ、予約率アップに効果を発揮している。

もう一つ新たに加わったビジュアル表示が電話による事前確認の要否だ。

事前の連絡が必要な場合は「要連絡」にチェックを付けると、予約欄がピンクに。連絡済みでチェックを外すと通常の色に戻る。前日までに予約確認の連絡を確実に行うことで、予想外のキャンセルによる損失を防止できる。