

アライドアーキテツク
ご支援事例 Vol.24

セブン&アイ・ フードシステムズ様

事業内容：
レストラン事業
ファストフード事業
コントラクトフード事業



「デニーズ」公式Twitterがフォロー&リツイートキャンペーンを実施、クーポン当選者のうち68%の店舗送客を実現

株式会社セブン&アイ・フードシステムズは、旬の素材やこだわりの食材を活かした幅広いメニューを提供するファミリーレストラン「デニーズ」を全国に展開しています。同社が運営する「デニーズ」公式アカウント（@Dennys_PR）では、これまで新メニューやイベント情報の発信、キャンペーン、SNS広告など、さまざまな施策を介したフォロワーとのコミュニケーションによってブランドイメージの向上に繋げてきました。しかしその一方で、具体的な集客効果の可視化や、キャンペーンと店舗オペレーションの連携といった点で難しさを感じていました。

そんな中、2019年3月に実施したTwitterのフォロー&リツイートキャンペーン「ハンバーグ王決定戦2019春」で、拡散や来店促進の最大化を目的にTwitterプロモーションツール「echoes Coupon（エコーズクーポン）」を導入。同時に「echoes RT（エコーズ・アールティー）」のサービスもあわせて活用し、「デニーズ」公式アカウントをフォロー&リツイートするとその場でクーポンがもらえる、オートリプライ（自動返信）とインスタントウィン（即時抽選）を組み合わせたプレゼントキャンペーンを展開しました。

その場ですぐに抽選結果を知ることができる即時性の高さに加え、当選翌日にはクーポンを当選者へ送付したり、キャンペーン期間中は毎日参加可能にしたりと、“フォロワーの熱量が冷めない”工夫をキャンペーン設計に盛り込むことで、Twitter上での拡散や話題化を図りました。

その結果、キャンペーンの総リツイート数が約20万、総インプレッション数が1,041万という大規模なリーチを生み出し、従来施策の約9倍ものリツイート、約4倍ものインプレッションの獲得に成功。またそれだけにとどまらず、クーポンが当選したユーザーのうち68%が実際に店舗を訪れるという送客面での大きな成果を生み出しながらも、店舗では画面をスワイプするだけでクーポンの消し込みができるという低負荷なオペレーションを実現し、「集客効果の可視化」や「店舗連携」という課題も同時に解決することができました。

＜課題＞
キャンペーンの拡散
店舗送客の最大化



＜成果＞
従来施策と比較して
総RT数約9倍
総imp数約4倍
クーポン当選者のうち
68%の店舗送客を
実現

■株式会社セブン&アイ・フードシステムズ 商品本部 販売促進部 諏訪美紀子様 のコメント

これまでSNSに関する広告やキャンペーンで課題となっていた来店計測や、高いインセンティブのクーポンに対する不正利用の防止という点で、今回ご準備いただいた「echoes Coupon」の消込型クーポンは、大きな役割をさせていただけたと考えています。

また、今回の当選クーポン「ハンバーグを45円で食べられるクーポン」については、その内容・魅力度から一定の利用（来店）は見込んでいましたが、68%もの利用率を実現したのは、当選者の中で、まだクーポンを利用していないユーザーに対してリマインドメッセージを送っていただいたことも大きな要因だと感じています。実際、リマインドに反応し、クーポン有効期限直前にご来店いただけた当選者も多くいらっしゃいました。

今回のキャンペーンでSNSならではの情報拡散力と、高い確率で店舗へ送客できる可能性にふれ、今後もお客様とコミュニケーションを取りながらキャンペーンを実施出来ればと考えています。

＜お客様インタビューの完全版は[こちら](#)からご覧になれます＞