

## 割引の失敗ワースト5

### ① 割り引く必要のない人に割り引いている

- ▶収益を圧迫
- ▶狙う客層と違う層が来る

### ② 割引に掛かるコストの計算がどんぶり勘定

- ▶収益を圧迫

### ③ 割引の内容が中途半端

- ▶集客できない

### ④ ポイントカードに魅力がない

- ▶1回限りのお客が多くなる

### ⑤ 割引の広告がおおげさ

- ▶1回限りのお客が多くなる

4つ目はポイントカードによる割引の失敗というパターンだ。ポイントカードはそもそもスーパーなど毎日通う物販の店向けの割引手法だ。物販の店に比べれば、飲食店への来店頻度は低く、ポイントがたまるまでに時間がかかる。

それだけに、ポイントの設定の仕方に次の来店を即促すような工夫があるか、形や見た目などにずっと持っていたいと思わせるような魅力が

あるかなどが重要。そうでなければ、星の数ほどあるポイントカードの、財布の中での競争に負けてしまう。せっかく渡しても、すぐに捨てられて、うまく機能しない。

5つ目は、誇大広告になっているというパターンだ。割引する商品の紹介写真が実物より良く見えるものだったり、うたい文句は派手だが、中身は大したことがなかったりといったものがそうだ。

## 良い割引

(例)

名前が面白い



### ほんの気持ち券

本券で、「おすすめ出盛り3本セット」  
または「店長おすすめメニュー」を  
プレゼントさせていただきます!

有効期限

### 炭焼きダイニング 恵比寿 OPEN記念 STAMP CARD



有効期間：平成23年9月1日～

◆お1人様1回のご来店ご飲食で、スタンプ1回付与させていただきます。

◆スタンプを全て貯められた際、1,000円割引券としてご利用いただけます。

◆ホットドッグを貰った場合の再注文は出来かねますので、ご了承ください。

ポイントの  
ハードルが低い

「炭焼きダイニング 恵比寿」の割引は成功しやすい割引の特徴を持っている。無味乾燥なクーポン券ではなく名前を工夫したり、ポイントカードは3回来店ですべて埋まるよう、ハードルを低くしている。

「炭焼きダイニング 恵比寿」

愛知県豊橋市広小路2-30-2

☎0532-56-0823

ついつい、アピールのためにしてしまいがちなことだが、実物とギャップがあると、お客様の気持ちはしらける。これも、1回限りのお客を増やすきっかけになりやすい。

以上の通り、失敗パターンは決まっている。裏を返せば、これらの失敗パターンを回避することができれば、割引は成功するということだ。次ページから、具体的な成功事例を紹介していこう。