



UPLINK得指南書



UPLINK事業推進部
2019.10



1. OPEN店と既存店で提案を使い分けよう P2～10
2. 業種別に提案内容を使い分けよう P11～19
3. UPLINKを断られる理由（アウト）の返しを知ろう P20～23
4. 商談時に管理画面&モデルアプリを活用しよう . . . P24～33

1. OPEN店と既存店で提案を使い分けよう



まずは店舗が抱えている課題を“想定”する！

OPEN店であれば、アプリは必ずしも必要なものではないと思われがち。
既存店であれば新しいことを始めることに懸念を持たれがち。
だからこそ、**店舗が抱えている課題を事前に“想定”しておくことが大切**です。

OPEN店

いろんな販促があるけれど、いったいどれが一番良いんだろう...

新しく来ていただいたお客様にお店を覚えておいてもらいたい！



とりあえず新規で来てもらいたいからリピーター集客は二の次！

店舗の开店準備で販促にまで頭と手が回らないし...

OPEN初期の来店客が多いときだからこそ、アプリを活用して囲い込む提案がポイント

既存店

リピーターがまったく定着してくれなくて困る...

想定以上に販促に経費が取られて毎月やりくりが大変で...



流行りのSNSをたくさんやってるけど、とにかく散らかってて...

せっかく来ていただいたお客様ともっと繋がりたい！還元したい！

現状抱えている悩み・課題をアプリを活用すれば解決できる提案がポイント



<OPEN店編> 店舗OPEN時にアプリを備えておくべき理由

OPEN当初は多くの来店が見込めますが、徐々に落ち込んでしまいます。
来店が多いうちにリピーターになっていただく仕掛けを用意しておいた方が得策です。

UPLINKを早期に導入!



OPEN時は新規集客が見込めるが、
数カ月後には落ちついてしまいます。



OPEN当初のお客様をリピーター化。
安定した集客を促進します!

UPLINKのアプリ効果 (再来店比率)

※当社調べ

店舗	ダウンロード数	リピーター数	リピート率
A店 (居酒屋)	480	58	12.08%
B店 (和食)	1,268	289	22.79%
C店 (鉄板焼きチェーン店)	1,780	206	11.57%
D店 (ダイニングバー)	4,333	493	11.38%
E店 (ラーメンチェーン店)	6,919	1,651	23.86%
合計	14,780	2,697	18.25%



再来店率約10%UPが見込める!
規模数によっては20%超も!
来店数の多いOPEN当初が効果大!



OPEN初期こそ来店が多く見込めて、
リピーター化を狙う好機なんです!

* リピーター数はスタンプが2回以上付与されている数で算出しています。
総ダウンロード数100に対して、2回以上スタンプが付与されている数が10の場合、リピート率10%です。



<OPEN店編> アプリ制作はサポートデスクにおまかせ！

まずは店舗をOPENさせることに必死で、なかなか販促にまで気が回らない…
UPLINKは専任担当が制作～完成～アプリ運用まで、永続的に全面バックアップします。

①

初回架電
(データご送付のお願い)



②

アプリイメージ制作



③

2回目架電
(アプリイメージのご確認)



④

アプリ制作
ストアへの申請



⑤

3回目架電
(機能カスタマイズ
要望ヒアリング)



⑥

機能カスタマイズ
情報入稿
スターターキット送付



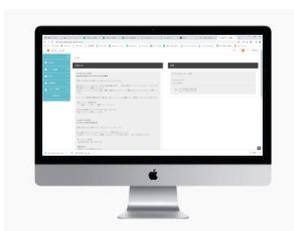
⑦

4回目架電
(アプリ公開のご連絡)



⑧

最終調整



アプリ完成



お客様にご協力いただく工程

サポートデスクで行う工程

お電話でご希望・ご要望をヒアリングし、アプリのビジュアルデザインもご提案
情報入稿もサポートデスクで行うので、お客様には手間がかかりません。



<OPEN店編> 運用開始後もサポートデスクが全面バックアップ！ 6

まずは店舗をOPENさせることに必死で、なかなか販促にまで気が回らない…
UPLINKは専任担当が制作～完成～アプリ運用まで、永続的に全面バックアップします。

▼アプリ運用開始後

たったのこれだけでOK！

お客様



店舗（現場）にてご対応いただくこと

ダウンロード促進

スタンプ・ポイント付与

トーク返信

予約返信

ご依頼いただきたいこと

プッシュ通知やイベント・お知らせ等を配信・更新したい場合はサポートデスクにご連絡をいただきます

UPLINKサポートデスク



配信・更新代行

プッシュ通知

イベント・お知らせ

メニューやクーポン更新

デザイン変更等

- 電話・メール
- FAX
- LINE@
- SMS等

お客様には店舗（現場）でしか対応できない事に注力していただき、
配信設定や更新作業などに関しては、UPLinkサポートデスクで対応いたします。

<既存店編>業務改善・負荷軽減・コスト削減が刺さる！

店舗を運営していく上で、抱える悩み・課題は尽きないもの。
アプリを導入することでそれがクリアになるイメージを与えることが重要です。



アプリ内機能（アプリ独自機能）



プッシュ通知

お客様への一斉配信はもちろん、ユーザーの登録情報・アプリ利用状況に応じて細かなセグメント配信も可能です。
店舗集客に高い効果をもたらします。



スタンプカード

アプリ内でスタンプカードを持てます。
1個～500個まで設定ができます。最終来店日や来店回数の把握もできます。



ポイントカード

アプリ内でポイントカードを持てます。
「加算・減算式」「コンプリート式」から選択できます。プリペイドカードのように使うこともできます。



クーポン

アプリ内で初回限定、スクラッチ、お誕生日、回数券など多彩なクーポンが発行できます。ダウンロードや再来店の動機付けとなります。



トーク

店舗の公式アカウントで1対1のチャット形式のやりとりが行えます。画像を含めたやりとりもできます。



プロフィール

アプリをダウンロードする際、お客様から取得する項目を自由に設定できます。項目に対して必須/任意を選べます。



分析

アプリの利用状況を把握し、今後のマーケティングに活かします。費用対効果やアクティブなお客様を分析することができます。



リクエスト予約機能

アプリ内で店舗独自の予約システムを持てます。現在お使いの予約媒体をアプリとリンクすることもできます。



ECサイト

ECサイトをアプリと連動し、アプリで商品を販売したい店舗様のご要望を叶えます。商品追加、受注状況および決済情報の確認ができ、Applepayにも対応。



店舗情報

1アプリに複数店舗の情報を一括掲載できます。屋号が異なる場合でも掲載でき、それぞれ顧客管理が行えます。

あらゆる機能をアプリ内に集約



ホームページ



購入



電話



地図



SNS



ブログ

既存の販促ツールをアプリ化して
業務改善・負荷軽減・コスト削減
が実現できます。

※詳細は次ページ以降参照



< 既存店編 > 業務改善・負荷軽減・コスト削減が刺さる！

DMからプッシュ通知に、紙のスタンプカード・ポイントカードをアプリ化
アナログな手法を電子化することで、**大幅なコスト削減を実現**できます。



〇〇ショップ スタンプカード

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27	28	29	30

お会計〇〇円以降にスタンプ1個獲得させていただきます。
〇〇円集めると次回のお会計の額に、〇〇円割引サービスとしてご利用できます。
お名前 有効期限



一斉配信はもちろん、誕生日や最終来店日を起
点とした定期自動配信も可能。

個別に作成したクーポン・イベント・お知らせ
情報もプッシュ通知で配信ができます。
ユーザーが未読の倍はバッチが表示されるので、
見逃される心配もありません。

スタンプ付与用のQRコードを予め準備していただき、
それをお客様のスマートフォンで読み取ることがス
タンプが付与できます。



<既存店編> 業務改善・負荷軽減・コスト削減が刺さる！

アプリを活用してコスト削減を実現した事例をご紹介します。

小売り店

【店舗情報】

- 大阪府大阪市
- 小売店 (1店舗)
- 客単価 / 3,500円
- ダウンロード数 / 7,710人
- スタンプ付与数 / 2,016



①紙のスタンプカードをアプリへ移行し、電子化を図った結果
年間5万円のコスト削減

②アプリ導入後、来店数が増加
 1ヵ月の平均店数
2000人 → 2400人
20%増加

③来店数増加に伴い、販売実績向上
 昨年対比
110%へ

【主な販促コスト】

1 **スタンプ・ポイントカード**
 デザイン制作・印刷料金
 500枚 25,000円～
 ※上記費用は
 2つ折りタイプ



2 **ショップカード・チラシ作成**
 デザイン制作・印刷料金
 500枚 25,000円～



3 **お友達紹介カード**
 デザイン制作・印刷料金
 500枚 25,000円～



4 **メルマガ配信**
 10,000円～



5 **DM送付**
 10,000円～



6 **広告掲載・ホームページ作成**
 50,000円～300,000円



7 **ショップカード・チラシ配布**
 配布スタッフ 20,000円～
 ※1時間×20日×時給1,000円と仮定



8 **販促効果測定**
 課題抽出 / コンサル費用
 50,000円～





想定課題 ①

- ・入荷情報、セール情報などを送りたい
- ・メルマガの効果が落ちてきている
- ・季節商品をお知らせしたい
- ・HPが無いので、お店の情報を配信したい
- ・最新メニューをすぐに伝えたい



プッシュ通知



店舗情報

- ・プッシュ通知を活用して、届けたいときに、届けたい人に、届けたい情報を的確に配信
- ・店舗情報はアプリ内にしっかり掲載



想定課題 ②

- ・来店頻度を上げていきたい
- ・クーポン配信やスタンプカードを作りたい
- ・常連さんにいろいろ還元していきたい
- ・リピーターを呼び込みたい
- ・DM・スタンプカードのコストを抑えたい



スタンプカード



ポイントカード



クーポン

- ・スタンプ/ポイントカード、クーポンを活用して、ユーザーメリットを付与、来店機会を創出
- ・紙のDM・スタンプカードを電子化してコスト削減



想定課題 ③

- ・ブランディング力を上げていきたい
- ・SNSなどの効果がわかりづらい
- ・ECサイトの流入を増やしたい
- ・お客様からの問い合わせを簡易化したい



分析



ECサイト



リクエスト予約



トーク



電話



地図

- ・分析機能を使用して、各アイコンタップ数を集約し、どれだけ見られているかを確認
- ・予約導線を設ける、トーク機能を使用するなどして、お客様の店舗アプローチを簡易化
- ・店舗公式HPを掲載し、ブランディング化

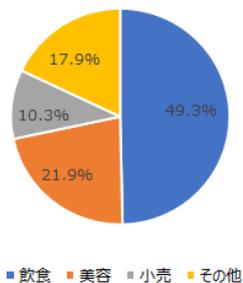


2. 業種別に提案内容を使い分けよう

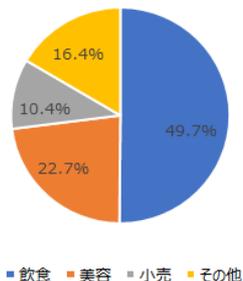


一律の提案ではNG！ターゲット先にあった提案がポイント

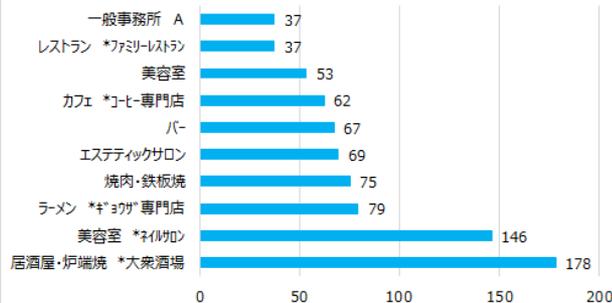
業種別アプリ数割合



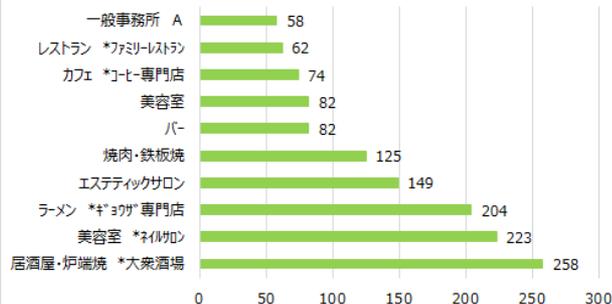
業種別店舗数割合



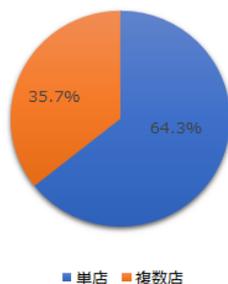
ジャンル別アプリ数TOP10



ジャンル別店舗数TOP10



単店／複数店舗割合



- 過去の導入数を見ても、**飲食系、美容系**の導入数が圧倒的
- 主要提案先の**飲食系**の中では、**居酒屋／ラーメン／焼肉**が多数
- 一方で、その他ジャンル／小売／フィットネス／スクールなど、**幅広い業種の導入実績あり**



全体の**約70%**を**飲食系、美容系**が占めています。

また、全掲載店舗のうち、**約35%※**が**複数店舗展開**しており、**チェーン店のアプリ利用が増えてきています。**

※ 2019/9月時点。2018/6月時点では約20%
※ チェーン展開されている顧客が単店でまずは導入され、効果面／運用面に効果を感じていただき、店舗追加いただく事例が増加



飲食系の 想定課題

- グルメ媒体では他店との差別化が図れない（効果が弱い・出ない）
- 時間帯・日にち・天気によって集客状況に差がある
- 新メニュー、入荷情報がリピーターの人に届かない
- SNSの効果がない
- リピーター向けのツールが無い
- ランチ集客をディナーに送客したいが現状うまくいっていない
- 満空情報を送りたいが配信の手立てがない（貸し切りなどの情報） etc.

➤ プッシュ通知、スタンプ、クーポン、WEBビューを軸に提案

Q. リピーター向けのツールが欲しい

A. お店が思う理想の来店頻度に合わせて「スタンプカード」の条件を設定。お店のコアなユーザーの来店頻度をコントロール

スタンプカードを電子化して、来店履歴などのデータを取得できます。それを利用して再来店促進のプッシュ通知も配信できます。

「スペシャルデー」「雨の日2倍」などのキャンペーン展開も可能です。



スタンプカード画面



スタンプカード
コンプリート
チケット画面

Q. グルメ媒体では他店との差別化が図れない（効果が弱い・出ない）

A. 「アプリ限定クーポン」を作成。グルメ媒体との差別化を図り、ユーザーの満足度向上と来店の動機付けにも

クーポンは誕生日クーポン、回数券、初回限定、スクラッチなど、多彩な打ち出しが可能です。

公式アプリをダウンロードする理由の1位がこのクーポン機能なので、非常に有効的です。



アプリのクーポンを活用



美容系の 想定課題

- ホットペッパーや値引き集客を辞めていきたい
- 次回予約やリマインドの配信を行っているが開封率が低い
- DMコストが高いため削減したい
- スタイリスト毎に再来率を上げていきたい
- オフィシャルな形で顧客との距離を縮めたい etc.

➤ プッシュ通知、プロフィール、WEBビュー、スタンプを軸に提案

Q. お客様との距離を縮めたい

A. 「プッシュ通知」で各スタイリストのお客様に対して、休日やおすすめメニューを配信

「プッシュ通知」のセグメント機能を使い、スタイリスト毎の出勤スケジュールやおすすめメニューを配信できます。スタイリストの指名予約が増えている事例もあります。



プッシュ通知画面

Q. 予約導線をホットペッパーから自社に変えたい

A. 「ウェブビュー機能」でホットペッパーの予約ページを自社アプリに繋ぎ込み。運用負担は変わらずお客様の囲い込みに成功

「アプリから予約できるようにしたことでリピーターをうまく囲い込めている」という事例もあります。



Q. スタッフ毎にリピーターを増やしたい

A. 「プロフィール設定」で、担当スタッフを選択。セグメント配信で自分のお客様にアプローチ

スタッフ毎に定期配信を行い、登録数を競ってお客様にアプローチしている事例もあります。指名も増えているサロンもあります。





小売系の 想定課題

- 入荷情報、セール情報などを送りたい
- メルマガの効果が落ちてきている
- ブランディング力を上げていきたい
- SNSなどの効果がわかりづらい
- DM・紙スタンプのコストがかかっている
- ECサイトの流入を増やしたい
- お客様からの問い合わせを簡易化したい etc.

➤ **プッシュ通知、プロフィール、WEBビュー、トークを軸に提案**

Q. 紙のポイントカードから移行したい

A. 「ポイントカード」を紙からアプリに変更したことで、紛失防止に役立っており、再来店動機付けのトレンドに

紙のポイントカードを電子化することで、お客様自身で現在の所持ポイントを確認できるようになり、再来店の動機付けに繋がりがやすくなります。さらにお財布のかさばりやポイントカード紛失防止に役立ちます。

個店でのポイントカード導入はコストが大きいので、アプリで他の販促とまとめられると、店舗側も簡単に運用できます。



ポイントカード画面

Q. 電話以外でお客様が気軽にお問い合わせできるようにしたい

A. 「トーク機能」がお客様の商品の問い合わせ窓口として有効的。チャット形式で気軽にお問い合わせられることで、見込み客との距離を縮めることが可能に

商品の問い合わせは電話で受けることがほとんどですが、トーク機能を使用することで改善。電話することを躊躇していたお客様からも気軽にご連絡をいただけるようになり、コミュニケーションの幅が増えました。

また、予約や購入を行えるなど、さまざまな活用ができています。



トーク画面

① プロフィール設定

取得項目を自由にカスタマイズできるプロフィール設定



固定項目と追加項目を自由に組み合わせて、取得したいユーザー情報を効果的に集約できます。

ユーザーの細かなニーズに合わせた販促が可能になります。

① アンケートのように自由に項目を編集できます
プロフィール設定を上手に活用することで、「どのような方が来店されているのか」を分析できます。

<例> 年齢 性別 住まい 好きな飲み物

➡ 「30代」の「男性」で、「住まい」が東京で、「好きな飲み物がビールの方は何人いるのか

② プッシュ通知の配信先を絞り込めます
プロフィールで設定された情報をもとに、プッシュ通知の配信先を絞り込むことができます。

<例> 年齢 性別 住まい 好きな飲み物

➡ 「30代」の「男性」で、「住まい」が東京で、「好きな飲み物がビールの方だけに、ビールの飲み放題キャンペーンを配信

③ マーケティングデータとして活用できます
プロフィール設定で取得した情報は管理画面からお客様情報として抽出できます。

➡ 「20代」の「女性」が思っていた以上に多い
→ 「20代の女性」限定のクーポン特典を用意してプッシュ通知で配信



② プッシュ通知

再来店集客のポイント、動機付けのファーストステップ



一斉配信はもちろん、誕生日や最終来店日を起点とした**定期自動配信**も可能。

個別に作成した**クーポン・イベント・お知らせ情報**も**プッシュ通知**で配信ができます。

①伝えたい情報をユーザーのスマホに直接届けます
HPやSNS、集客支援サイトなどのように、ユーザーに見てもらうのを待つのではなく、**知らせたいタイミングで、知らせたい内容を、知らせたい人に配信**できます。

受け身の集客 → 仕掛けの集客

②プッシュ通知の開封率の高さは圧倒的に高いです



DM
約5%



メルマガ
約10%



プッシュ通知
約30~70%
平均**40%**の開封率

③プッシュ通知の配信先を絞り込めます

届けたいユーザーだけに情報が配信できるので、DMやSNSでの告知よりもかなり効果的な手法です。

<例>

年齢

性別

住まい

好きな飲み物



「30代」の「男性」で、「住まい」が東京で、「好きな飲み物がビールの方だけに、ビールの飲み放題キャンペーンを配信



③ クーポン機能

再来店集客のポイント、動機付けのファーストステップ

初回限定クーポン 回数券クーポン スクラッチクーポン



誕生日クーポン



①ダウンロードのきっかけはクーポンが多いです
アプリ限定のクーポンがあると尚◎

②クーポン×なら「優待券」「会員特典」も○です
「クーポン」というネーミングに懸念を持たれる店舗もあります。その際は「優待券」「会員特典」など、少しリッチ感を持たせたネーミングでもOK

③4種類のクーポンを使い分けましょう



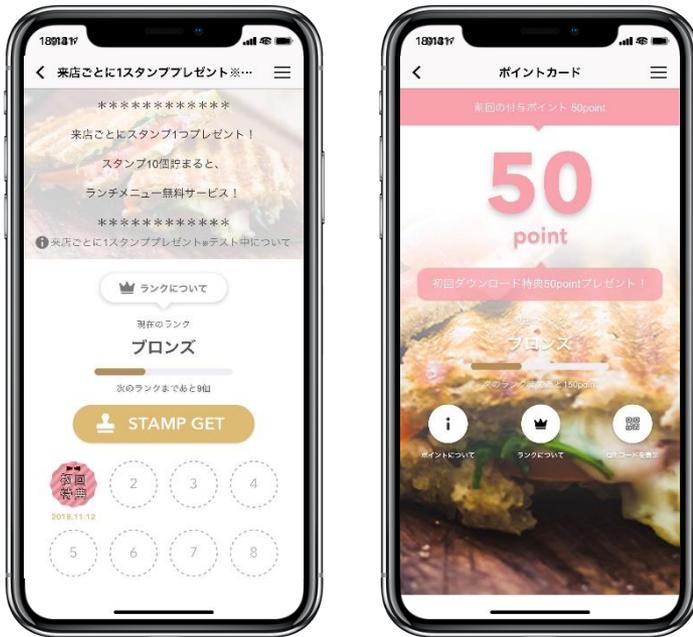
初回限定クーポン、回数券クーポン、お誕生日クーポン、スクラッチクーポンのシーンごとのクーポンが作れます。

誕生月の方にプッシュ通知で配信することもできます。

その場でダウンロードしていただき、スタッフとのコミュニケーションツールとしても活用もできます。

④ スタンプカード機能／ポイントカード機能

再来店の後押しになる、集めて特典がもらえる嬉しさ



集めて特典がもらえる **スタンプカード機能**、ポイントを貯めながら利用したり、決められた数までポイントを貯めていく **ポイントカード機能**は、ぜひとも導入したいアプリならではの機能。

①紙からアプリに移行してコストを削減できます
意外と嵩んでいる紙のコストを、電子化することで大幅に削減することができます。



大幅なコストの削減も◎

②「忘れた」「失くした」問題はもう不要です
スマホのアプリにスタンプカード／ポイントカードがあるので、**忘れた失くしたの心配は必要ありません。**
次回来店時の付与／再発行などの**運用手間も軽減**できます。

③「誰に、いつ、何個」スタンプ付与したかのデータが取得できます

<例> 最終スタンプ付与日 半年前のユーザー



「半期に一度の特売セールを行うので、ぜひご来店ください！」という再来店促進のプッシュ通知を配信することもできます。

3. UPLINKを断られる理由（アウト）の返しを知ろう



アウト返しのトーク例をご紹介します

お店が抱えている課題、OPEN店で想定している課題は、
「**アプリなら解決できるんだ**」と思わせることが重要です。

よくあるアウト	返しトーク例
19,800円／月って高くない？	アプリンクはプッシュ通知やスタンプなど、集客に使える様々な機能がワンセットになっているので、現状のダイレクトメールやスタンプカードなどの販促を「アプリ化」することで経費削減になり、さらには現状使われているSNSや新規媒体なども繋ぎ込むことで相乗効果が狙えます。既存顧客への最も効率的な販促ツールをワンセットでご提供できます。さらには運用面のフォローもサポートデスクが手厚く行いますので、ここまで出来て月額19,800円は決して高くはないですよ！
アプリを始める意味あるの？	スマホ利用者は全世代で80%とも言われています。皆さん普段からスマホでアプリを利用されていますよね？ 尚且つ、一日平均60回もスマホの画面を見るそうです。ということは、店舗の宣伝もスマホアプリを通じて行った方が最も時代性に合っており、宣伝効果は高いです。他店は続々とアプリで顧客を囲い込み始めています。アプリを持っていて当たり前前の時代になってきていますよ！
SNSで十分でしょ！	SNSは友達や企業など、様々な情報が羅列されるので、大切な店舗の個性や情報はお客様に届きづらくなっています。 アプリであれば、SNS投稿よりも簡単に、しかもお客様の特徴別に配信の送り分けができますので、遥かにお客様の記憶に残り、再来率も上がります。もちろんSNSもアプリの中から見ていただけます。今後どんなSNSが出てきてもアプリ自体は古くならないのもメリットです。
客層が高いから合わないよ…	アプリをダウンロードしているユーザーの年齢層を分析してみると、実際に一番使っているのは30代～50代ということが分かっています。 更に、全員がアプリをダウンロードする必要はなく、年齢層、ユーザーの趣向などによってもニーズが細分化していますので、より濃い情報を店舗のファンに届けることによって、これからの店舗のメインターゲットになる顧客層のお客様を囲い込むことができます。
運用ができるか不安…	アプリンクはお客様ごとにフォロー担当がおり、導入1ヵ月後を目安に、当社よりフォローのご連絡を差し上げております。 導入後も様々な側面から「アプリのプロ」が、店舗の運用を見守り、サポートいたしますので、安心してアプリの運用を続けられるよう万全の体制を敷いております。しかもプッシュ通知の作成時間は約3分！それを週一回を目途に送っていただくだけでOKです。



アウト返しのトーク例をご紹介します

お店が抱えている課題、OPEN店で想定している課題は、
「**アプリなら解決できるんだ**」と思わせることが重要です。

よくあるアウト	返しトーク例
ダウンロードしてもらえるの？	<p>マクドナルドやユニクロのアプリは持っていませんか？店内でアプリのダウンロード経験があるユーザーは80%以上に上っていますので、時代的にも店舗アプリをダウンロードする文化が市場に根付いています。</p> <p>店内での告知やお声がけなどの宣伝はしていただいた方が望ましいですが、店舗に合わせた宣伝ツールも作成しておりますし、他店の成功事例もフォロー担当から適宜ご提案いたしますのでご安心ください。</p>
集客できているからこれ以上は必要ないかな…	<p>今後のことを考えると、集客できている今だからこそアプリに顧客の貯金をしていくことで、将来的にどんなことが起きても有効活用できる店舗の「ファン」のリストが手元に残ることになります。アプリはオウンドメディアなので、もしアプリを辞めた後でも店舗運営に生かせるマーケティングデータは店舗のもとに残り、店舗にとっての永年の資産を手に入れられます。</p>
うちOPEN店だし、新規集客がしたいんだけど…	<p>OPEN初期こそ来店が多く見込めて、リピーター化させる好機なんです。OPEN当初は新しいもの見たさで多くの方が来店してくださると思いますが、何も手を打っていなければ徐々に落ち込んでしまいます。来店してくださった方をアプリで囲い込み、プッシュ通知やクーポン、スタンプなどでリピートしてもらえような手立てを打っておく必要があるんです。</p>
メルマガやってるからアプリはいいかな…	<p>メールは、迷惑メールや、様々な登録情報が混在し、情報が埋もれてしまうため日常的なコミュニケーションツールではなくなっています。</p> <p>メール配信にとって代わる、アプリならではのメッセージ配信＝プッシュ通知は、メールの5倍の開封率と言われています。また、登録の手間を考えると圧倒的にアプリに優位性があります。</p>
いつかはやりたいけど今はいいかな…	<p>アプリを持つお店は続々と増えていますので、気が付いたら近くのお店が先にはじめていた！なんてこともあるかもしれませんよ。特にアプリはリピーター向けのものなので、周りのお店にリピーターを確保されないために、いち早く始めたほうが優位です。さらに、アプリの機能は時代に伴ってどんどん上がっているのです。いざ導入を考えたタイミングでは今よりもお値段が上がっているかも…</p>



アウト返しのトーク例をご紹介します

お店が抱えている課題、OPEN店で想定している課題は、
「**アプリなら解決できるんだ**」と思わせることが重要です。

よくあるアウト

返しトーク例

うちはクーポンやらないんだよね…

もちろんクーポン機能を使わなくても大丈夫です。本日の仕入れ情報や、ワンタップで店舗の情報がアプリから確認できるというだけで予約率もアップします。
もしくは、「クーポン」という表現ではなく、「優待券」や「プレミアム特典」など文言を変更することもできます。特典も、安易な値引きではなく「アプリ限定」のものがあるとより魅力的です（限定メニューなど）。

費用対効果は？

集客は店舗によりけりですが、例えば美容サロンのタイムセールは配信後30分で3席予約が入ったり、飲食店では、GPSでお店付近の100人に送信したところ3組の当日来店につながったり、オンラインショップの売上が倍増するなどの事例もありますので、ある程度の効果は見込めます。
飲食店でシミュレートしますね。例えばアプリのアクティブダウンロード数（プッシュ通知をON設定している）を200で、アプリからの来店が3%と低く仮定します。 $200 \times 3\% = 6$ 組の来店があり、 $6 \text{組} \times 2 \text{人} = 12 \text{名}$ 、客単価が3,500円だとすると、 $12 \text{名} \times 3,500 \text{円} = 42,000 \text{円}$ 。コストがアプリ費用19,800円+フードコストを高く見積もって15,000円とすると、コスト合計が $19,800 \text{円} + 15,000 \text{円} = 34,800 \text{円}$ 、そうすると、利益としては、 $42,000 \text{円} - 34,800 \text{円} = 7,200 \text{円}$ で、低い手厳しいシミュレーションでもプラスで見込めます。

競合も調べて上程しないと…

よく比較検討される企業として、「GMO社」のおみせアプリは、一見、15,000円の月額費用と掲載されているのですが、追加費用が発生します。オプションで機能を追加したり、ダウンロード数が5,000を超えると追加で5,000円が加算されます。UPLink同等の機能を使っていくとおおよそ、20,000円~30,000円になってしまうので、コストパフォーマンス上UPLINKの方が良いです。

LINE@を無料でやってるからいいかな…

プッシュ通知において、リーチ数1,000通までの制限があり、力を入れて行う程、直ぐに有料プランになってしまいます。5,000円で有料にするのであれば、自社のアプリを持つべきメリットがたくさんあります。また、LINEの世界の中での展開なので、お友達に紛れてしまったり、アイコンをスマートフォントップに出せないのもオリジナリティが低いものになってしまいます。

4. 商談時に管理画面&モデルアプリを活用しよう！

YouTubeを上手に活用

管理画面の設定方法・実演動画はYouTubeでご覧いただけます。



YouTubeにアクセス



「UPLink TV」

で検索



見たい動画をクリック

▼抑えておきたい内容はコチラ

操作手順 全編	https://youtu.be/Cwl-dd1SLEY	1時間9分25秒
アプリ機能概要	https://www.youtube.com/watch?v=3tH065sDi7Q	4分43秒
プロフィール設定	https://www.youtube.com/watch?v=BJDno7RLPmk	4分54秒
プッシュ通知	https://www.youtube.com/watch?v=dB8Vc_IDNzw	8分36秒
ポイントカード機能	https://www.youtube.com/watch?v=8Loenju5agl	5分47秒
スタンプカード機能	https://www.youtube.com/watch?v=BKzsJwTafZI	12分11秒
トーク機能	https://www.youtube.com/watch?v=HOP-BTE1KE0	2分19秒
Uレジポイント連携	https://drive.google.com/open?id=1mHsHFOY0-V-6jl97G3w9Ytlx6wgDpE2Z	2分17秒



営業サポートWEBにももちろん掲載

営業サポートWEB UPLINKサポートページにももちろん掲載されています。

営業サポートWEB http://www.mxa.usen.co.jp/~u8111/eisui_web/support/uplink.html



video.s
各種動画

<p>店舗集客に特化した店舗公式アプリ作成サービス</p>  <p>▶ YouTube で動画を見る</p>	<p>アプリ機能概要</p>  <p>▶ YouTube で動画を見る</p>	<p>ご利用店舗の紹介</p>  <p>▶ YouTube で動画を見る</p>
<p>操作手順 スタンプカード機能</p> <p>スタンプカードを設定する</p> <p>▶ YouTube で動画を見る</p>	<p>操作手順 ポイントカード機能</p> <p>ポイントカード(減算式)を設定する</p> <p>▶ YouTube で動画を見る</p>	<p>操作手順 プロフィール設定</p> <p>ユーザープロフィール設定を行う(固定項目)</p> <p>▶ YouTube で動画を見る</p>
<p>操作手順 プッシュ通知</p> <p>全員にプッシュ通知を配信する</p> <p>▶ YouTube で動画を見る</p>	<p>操作手順 トーク機能</p> <p>トークを設定する</p> <p>▶ YouTube で動画を見る</p>	<p>Uレジ連携</p>  <p>▶ YouTube で動画を見る</p>

Next video Coming Soon



有名店のモデルアプリを見せるのが最も有効的

アプリの挙動はもちろん、アプリの具体的な掲載内容まで一緒に確認できます。

営業サポートWEB http://www.mxa.usen.co.jp/~u8111/eisui_web/support/uplink.html

The screenshot shows the UPLink support website. At the top, there's a navigation bar and a 'Update Information' section with a list of updates. Below that is a 'Campaign Information' section. The main content area is a grid of resource cards under the heading 'Case & Download 営業ツール・資料'. A red box highlights the 'モデルアプリ一覧' (Model App List) card in the bottom row of the grid.



This block provides a detailed view of the 'モデルアプリ一覧' (Model App List) resource card. The card is highlighted with a red dashed border and contains a PDF icon and the text 'モデルアプリ一覧'. Below the card is a table with the following content:

更新日	内容	概要
2018.08.21	支社別デモアプリのご案内	支社別にご利用いただけるデモアプリの詳細資料 (インID/パスワード、注意点等) が確認できます



LDH Kitchen (1アプリ12店舗)

業態：居酒屋

エリア：東京

<http://uplink-app-v3.com/app/download/sid/7559>



EXILEや三代目J Soul Brothersが所属する「LDH JAPAN」の子会社「LDH Kitchen」が運営する飲食店のアプリ。同ブランドの飲食店をアプリ内にまとめて、ユーザーの囲い込みを行っています。

全店舗共通のスタンプカードに加えて、各店舗のスタンプカードを備えていることで、同系列店を利用しているユーザーが店舗を回遊する効果が生まれています。

ストア公開されてから数時間で1,000ダウンロード突破、4か月で13,000を突破しており、**UPLink史上例を見ない勢いで拡がりを見せています！**



◆導入（契約）のPOINT（アプリで実現したいこと）

- 各店舗でスタンプカードを作り、次回利用に促したい
- プッシュ通知を自動配信で、店舗に負担なく次回利用や誕生日利用を促したい
- いつでも利用できるクーポンや誕生日得点を用意することで、次回利用を促したい
- 各店舗のユーザー来店頻度を知りたい
- → 各店舗「お客様情報」で顧客管理したい



天神ホルモン (1アプリ6店舗)

業態：焼肉・鉄板焼き

エリア：九州

<http://uplink-app-v3.com/app/download/sid/7771>



2018/4/6にリリースされたアプリですが、2018/5/13にTBS系列の「がちりマンデー」でも店舗されたことがある、九州のホルモン系鉄板焼き屋の有名店。

焼肉・鉄板焼き系のモデルアプリ、テレビで放映された有名店として、ご紹介できる事例です。



◆導入（契約）のPOINT（アプリで実現したいこと）

- スタンプを導入することで、次回利用促進を強化したい
- 紙のスタンプカードから電子化することで、若い世代のユーザーも取り込んでいきたい
- 新メニューやお得なキャンペーン情報をプッシュ通知で配信し、店舗利用を促進したい
- 今後郊外へ出店予定を見込んでいるため、プッシュ通知で店舗オープンのお知らせ配信して、新店利用を促進したい



Speed 小顔 (1アプリ10店舗)

業態：エステティックサロン

エリア：全国

<http://uplink-app-v3.com/app/download/sid/6479>



モデル・芸能人も通う有名小顔サロン「Speed 小顔」の公式店舗アプリです。

特徴的な使い方として、**小顔のコースチケット（施術）別にスタンプカードが用意されており、10店舗のうちどこで利用したか分かる仕様**になっています。エステやネイル、リラクゼーション、スクール系など、**通い放題コース**などを設けている業態・店舗は、同店のように**コース別のスタンプカード**を用意して、**通うたびにスタンプが付与され、コンプリート特典としてメリットが還元される仕組み**は、取り入れても良い内容です。

トーク機能を設けることで事前相談や術後相談の敷居を下げています。同業態アプリでは、ぜひ見習いたいポイントです。



◆導入（契約）のPOINT（アプリで実現したいこと）

- 紙の回数チケットやポイントカードを使用していたが、それらを電子化したい
- 事前相談、術後相談をトーク機能を使用して活性化させたい
- 予約導線を設けてお客様の予約までの流れを簡略化させたい



BALLOON HAIR (1アプリ1店舗)

業態：美容室

エリア：東京

<http://uplink-app-v3.com/app/download/sid/8692>



業界誌にも掲載されることがあるほど、美容師の間では有名なヘアサロンの公式アプリ。

クーポン、SNS、予約導線など、シンプルな構成ながら、**どのコンテンツも内容が充実**しており、お客様からは喜びの声があがっているそうです。また、**各スタッフのInstagramをまとめたアイコン**があり、新スタイルや情報を載せることでお客様にも見てもらいやすくなり、**スタッフのモチベーション向上にも繋がっている**とのこと。

ダウンロード特典に商品10%OFF or ヘッドスパワンクアップのクーポンがあり、特にシャンプーやトリートメント、ドライヤーなどの**高額商品の購買**が動くようになったそうです。



◆導入（契約）のPOINT（アプリで実現したいこと）

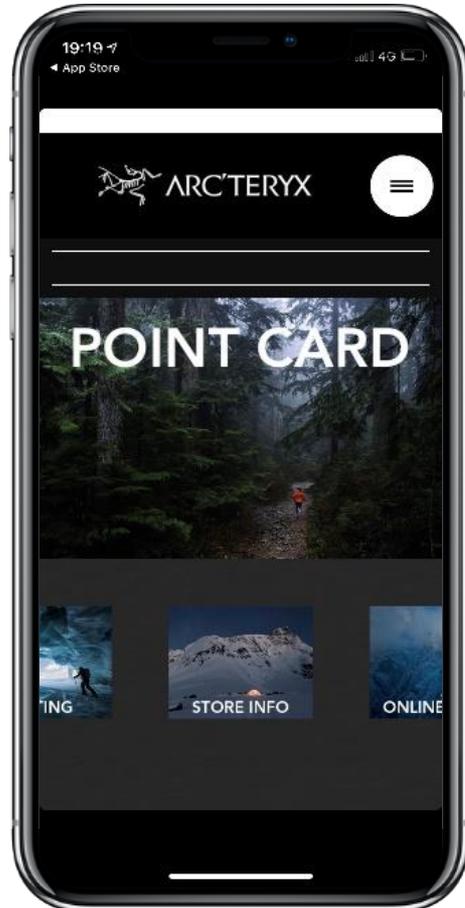
- お店とお客様の距離を縮めていきたいため
- 今よりお客様にとってのマイサロン化を実現させたいため
- スタンプカードでお客様へ還元したい
- 最新スタイルの提案やヘアセット動画、スタッフ定休などの情報配信をアプリを介して行いたい
- 予約導線を入れてお客様の予約を容易にしたい

有名店アプリ事例<小売系>

ARC'TERYX (1アプリ11店舗)

業態：アパレル
エリア：全国

<http://uplink-app-v3.com/app/download/sid/4359>



衣料品、アウトドア用品をはじめとする商品を取り扱っており、機能性に加えてデザイン性も高い評価を多方面から受けているメーカー「アークテリクス」の実店舗アプリ。

既存で取り組まれていた**ポイントシステムをアプリに移行**させ、**オンラインストアに繋ぎ込むことで購入導線を容易にしたり**、**プッシュ通知を的確に使用されてイベントや新商品の配信**を行ったりと、かなりアクティブにアプリを活用されています。

小売店舗の事例としては、最もオススメしたいアプリです。



◆導入（契約）のPOINT（アプリで実現したいこと）

- ポイントカードシステムの電子化
- オンラインストアへの導線を入れたい
- キャンペーン情報や新商品入荷情報などをリアルタイムにすぐに配信していきたい
- アークテリクスというブランディングを押し出したい



PINK HOUSE (1アプリ1店舗)

業態：アパレル (婦人服)

エリア：全国

<http://uplink-app-v3.com/app/download/sid/7648>



ECを中心に婦人服や小物を取り扱っているアパレルショップの公式アプリ。全国52の実店舗も構えており、改めて**リアルの現場接点をお客様と持つ**ことを狙い、アプリ導入に至りました。

社で力を入れている**各種SNS (Facebook、Twitter、Instagram)** および**ウェブショップへの遷移など、総合ポータルコンテンツとしての役割を期待**されています。

中心顧客年齢層が40~50代が7割とのことですが、中高年へのスマホの普及状況やガラケー向けのメルマガ配信に限界を感じ、積極的にアプリを活用されることで顧客との結びつきが濃くなったと喜びのお声を頂戴しています。



◆導入 (契約) のPOINT (アプリで実現したいこと)

- 各種SNSをアプリ内に綺麗にまとめたい
- オンラインショップへの導線を容易にしたい
- ガラケーメルマガ (ガラケー会員登録) の仕組みよりもアプリでの会員登録の方が圧倒的にスムーズなため
- メルマガ→プッシュ通知切り替えによりコスト削減したい
- 各店舗で実施している独自クーポンの設定を行いたい



UPLINK