

**デリバリートランクの
パイオニア デイーズ**

株式会社ティーズ 宅配トランクをお探しなら、まずはアクセス!
〒231-0222 埼玉県東武野原町 3-4-17
Tel. 048-423-8382 (FAX) Tel. 048-467-7090
<http://www.ts-products.com>

LP8 PRODUCTS

**“しょうが”を
食卓に...**

遠藤食品株式会社 栃木県佐野市下高間町697
TEL.0263-65-1111 <http://www.endo-foods.co.jp>



Q.店を知るにあたって最も多いきっかけは何ですか?

	Web	通りがかり	知人紹介 (口コミ)	SNS	TV番組
20代	19%	19%	10%	31%	9%
30代	25%	16%	13%	15%	17%
40代	27%	15%	16%	12%	13%
50代以上	23%	19%	23%	9%	16%
全体	24%	17%	16%	15%	14%

※その他回答=「人から誘われた」「TVCM」「雑誌」「チラシ」「DM」「新聞」など

**ギャップは顧客離れを招く!
写真の再現は忠実に。**

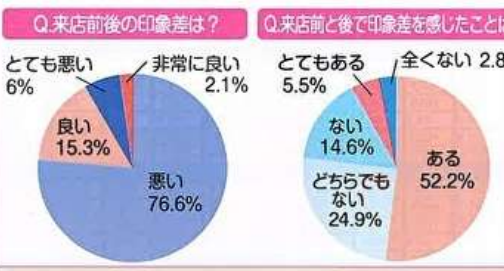
**ファンクル モモちゃん
なるほど
外食データ**

飲食店巡りが好きな私は、最近ではツイッターやインスタグラムなどのSNSで見かけ、素敵だな、おいしそうだなと感じたお店に行くことが多くなりました。手軽に情報を入手できるネットの世界ですが、その半面、写真からよいイメージを膨らませてしまい、実際に来店した際にそのイメージを覆されてモヤモヤとした気持ちになることも少なくありません。どのくらいの消費者が私と同じような体験をしたことがあるのでしょうか。

今回はファンクル会員917人(男性294人、女性623人)に飲食店の認知・来店から来店後の印象について調査を実施しました。

お店を知るきっかけはWebが最も多く、HPなどが素敵に作りこまれていることで来店意欲が高まるとする人は88% Webを通じて知った後に来店した

ことが多く、高い数字です。また、実際に来店前と来店後の印象差があったとする人は全体の60%で、そのうちの80%以上が悪い印象でした。悪印象を抱いた要素として、「料理やドリンクなどの商品が掲載写真と異なった」が最も多く、次に「内装が写真と異なった」で、写真とのギャップは消費者にとって印象を大きく左右する一因ということがわかります。さらに、そうした悪印象を持った大半の人が「2度目の来店意欲はない」としており、いかに来店前のイメージのまま提供できるかが、今のネット社会においてポイントになります。



**Fancrew
ファンクル**

国内最大級の顧客満足度向上プラットフォーム。お客さまのホッペを喜ばせ、定期的にご来店を促すための施策も提供しています。/運営-4601

このページは、ファンクルのサービスに関する詳細な説明と、店舗の紹介がメインです。上部には「ファンクル」のロゴと「国内最大級の顧客満足度向上プラットフォーム」というキャッチコピーが並び、その下に「お客さまのホッペを喜ばせ、定期的にご来店を促すための施策も提供しています。」という具体的なサービス内容が記載されています。また、下部には「実際にファンクルを使い、店舗のイメージアップに貢献した」という事例や、店舗の写真、そしてファンクルのサービスに関するお問い合わせ先や問い合わせフォームのスクリーンショットが掲載されています。