

汎用性の高さと操作の難度は比例する
幼児用のおもちゃのブロックって、一つ一つのパーツがとても大きいんですよね。車セットなんて買っていると、本当に車しか作れない。作れてもせいぜいリアカーとか…。でも、車はすぐに完成します。それが高学年用とかになると一つ一つのブロックが細かくなって、車だけでなく、船、飛行機、お城なんかも作れてしまう。でも、完成させるまでなかなか大変です。

これまで弊社のリウムスマイル！は後者の高学年用ブロックに近いものがありました。WEBの専門的な知識が無くても、カチカチと機能をつなげていくと、結構なんでも思い通りのものが作れちゃう。正に好きな人にはたまらない、高学年用のブ

ロックでした。
でも、「車！」のように目的が具体的な場合、さっと簡単に車が完成する方が楽ちんです。
という訳で、今後リウムスマイル！では高いカスタマイズ性はそのままに、操作の楽ちん性を高める改良を進めていきます。
第一弾として、ステップメールが簡単に予約できる機能をつけました。是非お試しください！



藤田 憲一
取締役最高技術責任者
土鍋でご飯を炊くとやっぱり美味しいですね。

WEBデザイナーの一ちゃんの デザインのある生活

マガジン風レイアウト

リウムスマイルに新しい機能が追加されました！
デザインスキンで、今までにないマガジン風のレイアウトができるようになりました！

これにより、内容によってコンテンツの高さが違う場合でも敷き詰めて並べることが可能になりました。今までも、1～4列でコンテンツを並べることが出来たのですが、またひと味違った雰囲気の家ページが作れます！

ニュースの記事を並べてもいいし、メニューで写真や文章を表示させてもいい感じになります！
ぜひお試しください！

リウムスマイルでは今後も、マガジン風レイアウトのように、世の中の良いデザインをどんどん取り入れた改良をしていきたいと思います。



の一ちゃん
WEBデザイナー
そろそろコタツを出そうか考え中です。

じゃすみんの オミセラブ修行日記

文字の「読みやすさ」

最近パンフレットなどのグラフィックデザインをさせてもらってます。グラフィックデザインに限らず、WEBデザインを考えるとときもそうなのですが、特に文字の「読みやすさ」を気にして作成しています。文字の「読みやすさ」は、可読性、視認性、判読性という3つの要素からなっています。この3つの要素



じゃすみん
WEBデザイナー
リウムに入社して早1年経ちました。これからもよろしくお願いします！

のうち、どれを優先させるかは状況によって変わるので、フォントの選び方や行間などには慎重になります。自分から見ても、ターゲットとしているお客様から見て「読みやすい」デザインになるよう頑張って作成していきたいと思います。

月刊オミセラブ2012年12月号



〒550-0005 大阪市西区西本町1-6-9川田ビル202



年末の繁忙期は
メール会員増加のチャンス！

年末の繁忙期は メール会員増加のチャンス！

さてさてあっという間に年末ですね。お店の方々におかれましてはそろそろ準備などで戦々恐々とされておられるのではないのでしょうか。「忘年会が増える！」などのわかりやすい原因もあるし「年の終わりにスッキリしたい」的な曖昧な原因もありますが、年末というのは不思議なもので大体どんな業種のお店でも来店が増えるものです。

「来店が増えているのでこのお客様を逃すのはもったいない！」「来年の暇になった時期にも来ていただけるようにしたい…」と考えるのですが、来店が一時的に増えるとお店は忙しくなります。なので12月(特に後半)はお店の現場でなにか新しい取り組みを行うことは難しい…。

そんな時に僕がクライアント様におすすめているのが「メール会員の増加」のしかけです。

なんでメール会員がいいのか

まあ、年末に増えたお客様情報を収集して、来年以降にお誘いできればなんでもいいんですけど、メール会員だと情報をいただくのが圧倒的に楽ちなんです。年末のバタバタの時期にお客様にアンケート書いていただく…などが厳しいお店も多いでしょう。メール会員だとお客様がご自身で登録していただくしくみなので現場での作業が増えない。毎年通りの年末にちょっとした工夫をすることで来年以降が

ずっと楽になる！
僕がメール会員増加のしかけをおすすめしているのはこんな理由からです。

「POP新調」と「声掛け強化」で
ぜんぜん違う

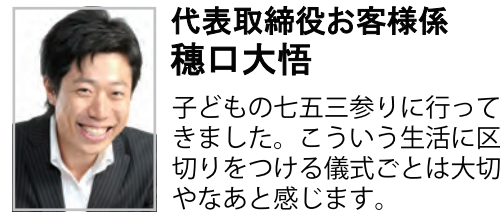
では具体的に何をするかという、メール会員募集POPの新調とスタッフさんによる声掛け強化。これだけです。これまでのPOPを新しいものに変え、ちゃんと配置する。その上でスタッフによるお客様への声掛けの台詞を統一して「どのタイミングで」「何をつたえるのか」を明確にするだけで結構効果が上がります。

これは年末に限った話ではなく、メール会員の入会が落ちてきたお店でまず行う改善策です。

さらに！もっと効果を狙うのであれば年末に「メール会員様増加キャンペーン」を仕掛けることもできます。

入会特典のグレードアップ
キャンペーン

POPの新調や声掛けの強化にプラスして「入会特典」そのものを一時的に豪華にすることで更なるメール会員入会者を増やそうという狙いです。



代表取締役お客様係
穂口大悟

子どもの七五三参りに行ってきました。こういう生活に区切りをつける儀式ごとは大切ななあと感じます。

年末の時期に行うという季節性も考えてグレードアップを図ればなお良いですね。(メール会員様が5人以上でデザートプレゼントとか…)

しかし、このキャンペーンは既にメール会員に入っているお客様に不公平感を与えてしまうこともあります。

豪華プレゼント抽選キャンペーン



これなら、既存のメール会員さんからクレームが来ることもありません。が、今すぐ使える特典がグレードアップされるよりはインパクトは薄くなります。だから、豪華賞品を用意しなければならなくなる。ある程度規模の大きいお店の場合はこっちが楽なので良いかもしれません。

小さいお店であれば、僕はプレゼントのグレードアップキャンペーンをオススメしますね。

という感じで、増えたご来店をメール会員にすることができれば、来年以降もご来店いただけるようにコミュニケーションをとることができるってものです。今からでもギリギリ間に合う対策なので是非取り組んでみてくださいね！

一年の集大成！ 年末年始の決戦です！

12月は「お金を使う理由」の多い月。まさに年も暮れ、クリスマスから年末、新年にかけてモノや人の流れも激しくなります。

- ・12月需要を取りこぼさない！
- ・早めの販促でアピール！
- ・増えた来店客をファンにする！

を意識して集中しましょう！



● 12月のキーワード

決戦の年末年始！ポイントを絞りましょう！

■お歳暮

早めの予約受付が勝負のポイント！

■クリスマス

売り場・メニューづくり、予約受け付け体制

■忘年会

早期予約サービス、鍋の需要（家庭含め）
幹事さんサービス

■年越し・正月用品

日用品の新調・まとめ買い、お正月用品

■冬のボーナス

高級品・高級料理・高級コース販売のチャンス！

● 12月の気候

最高気温が10度を下回る日が増えると
本格的な冬！

	平均気温	最高気温	最低気温	相対湿度
上旬	9.6	13.5	5.8	63
中旬	8.2	11.9	4.6	61
下旬	11	10.8	3.7	63

大阪(1971~2000の平均値) 気象庁HP気象統計情報

11月中旬までは暖かい日も多かったりしますが、12月に入ると一気に冬に！
消費も冬のストライクゾーンに入るので、秋消費対策の在庫などは早めの処分を行っておきましょう。

ピックアップイベント

年末・年始



近年では季節感が薄れてきていると言われます。日本の伝統である「四季のある暮らし」を現代的に提案し、お客様に見直していただくのもお店の役割かもしれませんね。

クリスマス



日本では、家族のパーティや恋人とのデート、子どもへのプレゼント等「イベント」化しているのが現状。冬のボーナスも入り、懐も暖か。そんな時期にある一大消費イベントと言えます。

ワンポイントアドバイス

メルマガ会員募集時には「継続メリットも考えよう！」

メルマガ会員の募集！となると、ついつい「入会すればドリンクサービス」「ご入会特典で10分延長」などの入会時の特典だけをアピールしてしまいがちですが、忘れたくないのが「継続メリット」のアピール。

「黒毛和牛のサイコロステーキ1,400円を無料でプレゼントなどの特典があります！」のように、「メルマガ会員に入っていると、こんなイイことがありますよー」というメリットを具体的に添えるようにするのがポイントです。

ちゃんとアピールできれば、入会特典だけ受け取ってすぐ退会してしまうお客様を減らせますよ



リウムスマイル！ご紹介制度

お知り合いにリウムスマイル！をご紹介いただくと
スマイル！ポイントを**2000ポイント**差し上げます！
(2000円相当)

あなたは…



使用料金が安くなる！

お知り合いは…



初期費用が安くなる！

あなたにも、お知り合いにも



詳しくは、リウムスマイル！管理画面「サポート」-「ご紹介キャンペーンのご案内」をご覧ください！