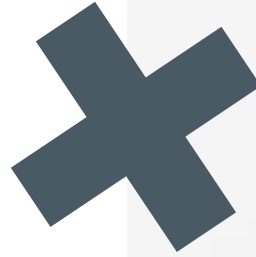
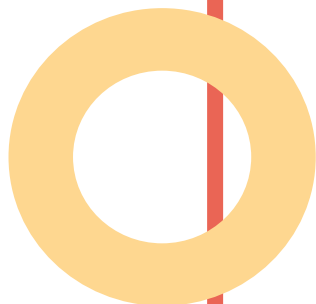


Case Study



Mat & Dryck





Kampanjer mellan den 6 mars 2019 och den 10 december 2019

Framgångar

Nya kunder från kampanjer
(6 mars - 10 dec 2019):

3522

ROI:

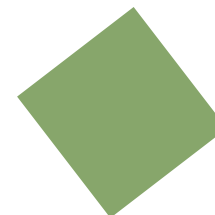
5,3x

Återkommande kunder
(6 mars - 10 dec 2019):

3638

ROI:

7,4x





“

I Meniga Campaign Manager kan vi enkelt följa hur kampanjerna ligger till, hur mycket budget som är kvar och dessutom få värdefulla insikter om våra kunder – allt i realtid. Meniga erbjuder en helt ny nivå av transparens som jag inte hittat på någon annan plattform

”

Danny Barsoum – CBD Chief Brand Officer på Sushi Yama



Bakgrund

Sushi Yama grundades 2008 och är idag Sveriges största sushirestaurangkedja med över 40 restauranger runt om i landet och flera nya på gång.

När Sushi Yama ville göra en marknadsföringsinsats för att öka antalet återkommande gäster och bygga en mer lojal kundbas föll valet på Meniga Rewards. Där kan de lätt skapa kampanjer och nå ut till både nya och befintliga kunder. Kampanjerna syns i Menigas Cashback app som 200.000 personer laddat ner och kommer snart även att synas direkt i Nordeas bankapp.

Tack vare appen har Sushi Yama hittat nya vägar för att öka antalet besökare till kedjans restauranger samtidigt som kunderna, som besöker restaurangerna, får en cashback i form av pengar direkt in på det kopplade bankkontot.



Vill du också hitta nya kunder och bygga en lojal och växande kundbas? [Skapa ditt konto hos Meniga här.](#)



“

Jag gillar att vi kan välja att fokusera på både existerande kunder och nya kunder samtidigt i olika kampanjer. Att vi enkelt och smidigt kan följa kampanjerna och justera dem i realtid gör att vi sparar en massa tid och säkerställer att vi alltid har ett bra erbjudande som lockar våra kunder. En annan fördel är att man kan betala med kort direkt i plattformen på det sättet undviker vi risken att en bra kampanj avslutas på grund av en utdragen faktureringsprocess

”

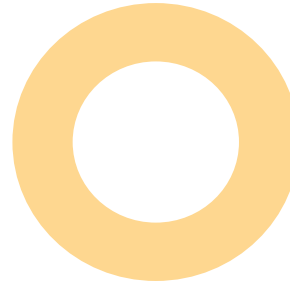
Danny Barsoum – CBD Chief Brand Officer på Sushi Yama

Process



I Meniga Campaign Manager, som är det verktyg där handlarna och restaurangerna skapar sina kampanjer som syns i Meniga Rewards app, kunde Sushi Yama snabbt och enkelt börja skapa kampanjer och effektivt rikta dem till restaurangens existerande kundbas samt till nya potentiella gäster: specifikt till de konsumenter som, enligt Menigas datadrivna analyser, uppskattar att äta ute.

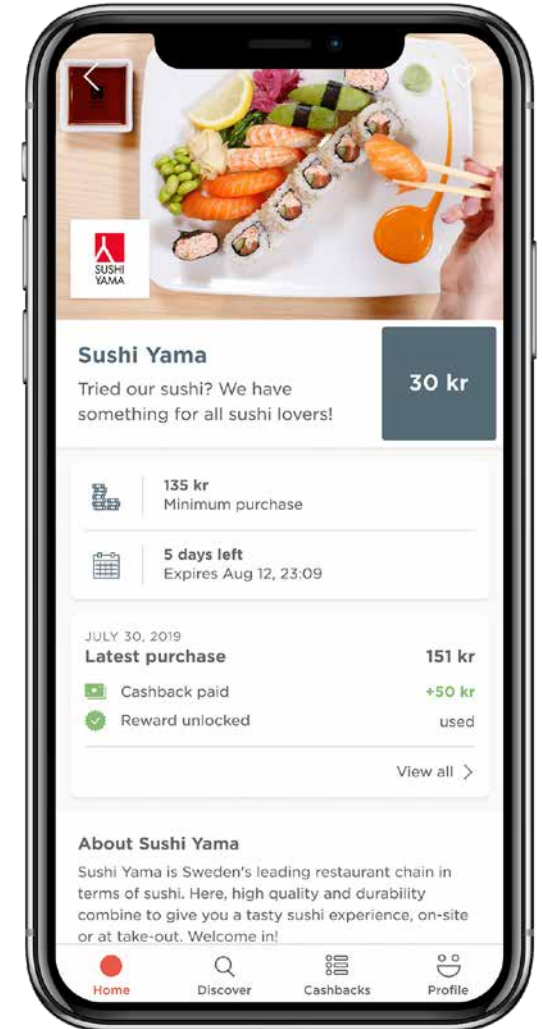
Systemet med personligt riktade erbjudanden är möjligt genom Menigas algoritmer som analyserar köphistoriken av alla Menigas app-användare, och som sedan skickar skräddarsydda erbjudande till de som är troligast att tycka om Sushi Yamas mat.



Sushi Yama kan därför både öka lojaliteten hos sina existerande kunder och attrahera nya gäster.

Eftersom Sushi Yama endast betalar för de kunder som faktiskt genomför ett köp ger investeringen en garanterat ROI.

Vill du också skapa skräddarsydda kampanjer? [Skapa ditt konto nu och kom igång redan idag!](#)





Resultat

Efter att de första kampanjerna levererat en tydlig ökning av restaurangernas försäljning och en hög ROI så har Sushi Yama valt att fortsätta med Meniga Rewards. Just nu väljer de att rikta sig till kunder som har ett högre snittköp och skräddarsyr cashbackserbjudanden därefter. På detta sättet maximerar Sushi Yama ROI:n av kampanjerna och bygger en starkare relation med sina mest lojala och välbetalande gäster. Resultaten har varit enastående, och Sushi Yama har snabbt blivit en av våra mest uppskattade partners på Menigas kampanjplattform.

