

ぐるなび FineOrder

動画等で飲食店の魅力を訴求し売上拡大に貢献する新たなモバイルオーダーへ 「Premium UI/UXプラン」を 2024年7月1日（月）から提供開始

株式会社ぐるなび（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：杉原章郎 以下、ぐるなび）が提供する「ぐるなびFineOrder」は、インターフェイスやユーザビリティを強化した新たなプラン「Premium UI/UXプラン」を2024年7月1日（月）より提供開始します。

「ぐるなびFineOrder」は2021年7月のリリース以来、人手不足が深刻化する飲食店に対しDXによる業務効率化支援に取り組んできました。この度、ユーザーの満足度をさらに高め飲食店の売上拡大にも貢献する新たなモバイルオーダーとなることを目指し、外食を楽しみにされるお客様とおもてなしを提供する飲食店をより深く繋げることを目的に、以下3つのポイントを中心に注文画面を進化させた新しいプランを展開します。動画などが設定できることで、店舗のコンセプトやブランドイメージ、メニューの魅力発信が可能となります。

■「Premium UI/UXプラン」概要（<https://pro.gnavi.co.jp/fineorder/>）

～お店のコンセプトを自由に表現できるUI/UX～

「お店のコンセプトをもっとモバイルオーダーでも表現したい」

「自慢の商品のこだわりをもっと伝えたい」

「ブランドイメージやテーマカラーに合わせたページを作りたい」

「お客様に注文を楽しんでもらいたい」

このような声にお応えし、1つ1つの店舗が持つ魅力が伝わるワンランク上のモバイルオーダーが誕生します。

注力ポイント【1】ウェルカムページの表現力強化

QRコードからアクセスした際、お客様が一番最初に目にするウェルカムページに画像や動画の設定が可能となります。お店のコンセプトが伝わるオープニング動画や、調理工程や一押しメニューなど、お店のアピールポイントを表現することでお客様の期待が高まります。



<本件に関する報道機関からのお問い合わせ先>

株式会社ぐるなび 広報グループ MAIL:pr@gnavi.co.jp

注カポイント【2】商品一覧ページの表現力強化

商品画像に動画が設定できるようになることで、商品のシズル感を演出し、「このメニューを注文したい」という訴求力が高まります。また、商品単位で画像サイズやスタイルを選択できるようになり、メニューに強弱をつけることで狙った商品の販売促進も可能になります。さらに、メインメニューに紐づくオプションメニュー（トッピングやドリンクなど）にも画像が設定できるようになることで、注文機会を創出できます。



注カポイント【3】テーマカラー設定

文字色から背景色まで好きな色に変えることができます。「ブランドのテーマカラーを表現する」「高級感を演出する」「落ち着いたイメージを演出する」など、店舗のイメージをお客様に伝えることができます。



「Premium UI/UXプラン」は、今後もこだわりや魅力を伝えられる新しい機能追加を行い、引き続きサービスの向上に努めてまいります。

また、ぐるなびは、「食でつなぐ。人を満たす。」という存在意義（PURPOSE）のもと、事業を推進しています。今後も「ぐるなびFineOrder」の可能性を広げ、持続可能な社会を支えるインフラへと発展させるため、「飲食店DXのベストパートナー」としてさらなるサービスの拡充を図ってまいります。