

デジタル時代に対するDM施策

アナログ+デジタルのクロスメディアマーケティング

PC・スマートフォンの普及により情報過多・飽和による「デジタル疲れ」が起きている。従来のマーケティングでは効果を出すのが難しい時代には、クロスメディアでの施策が必要です。

デジタルだけ、アナログだけでは効果を出すのが難しい。鍵は組み合わせ

メールマガジンやDMを配布して製品認知やWebサイトへ誘導して顧客獲得するような活動で、単体の施策では成果が弱いのが現状です。昨今では単体施策ではなくアナログとデジタルを組み合わせで実施し始めている事例が増えています。

DMの広告費は、テレビ、インターネットに次ぐ第3位の媒体 ※日本ダイレクトメール協会より

デジタル時代の中で、DMが他のメディアと組み合わせた新しい手法で効果を出しています。その主なメディアがメールとWebです。この組み合わせで実践している企業が成果を上げている事実があります。結果としてDMへの投資は大きなシェアとなっています。

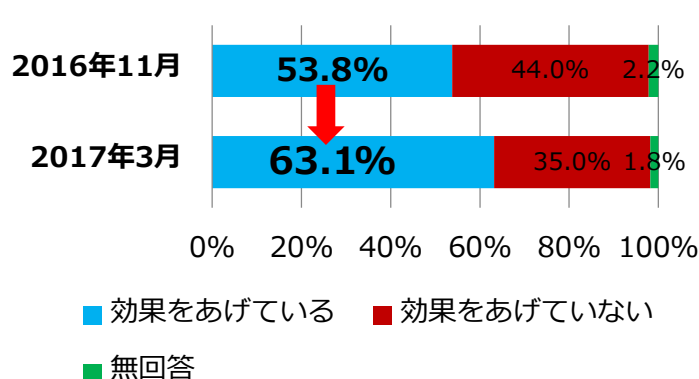
単体での施策実施と組み合わせた効果の差

紙+デジタルがポイント → 組み合わせると効果が高くなる

	デジタル効果	アナログ効果
デジタルとアナログを組み合わせ実施	60.8%	68.2%
デジタルかアナログの一方のみ実施	31.0%	47.9%

「デジタル・アナログ領域のマーケティング施策実態調査」(400社)より 日経BPコンサルティング引用

デジタル施策とアナログ施策を組み合わせた施策の効果



「デジタル・アナログ組み合わせ効果の認識が広まる、上場企業のマーケティング施策」日経BPコンサルティングより引用

デジタルだけでも、アナログだけでもNG！
クロスメディアでの対応が必要！！

弊社でのテストマーケティング結果：MAからのメール配信+DMフォロー

- ①メールマガジンを開封しないユーザーへ対して業界ごとに内容を可変させたDMを送付。
- ②DM送付の旨を伝えるフォローメールを送付。

※DM→eメールの順で送付すると効果が高い

10%がメール開封

7%がサイトへアクセス

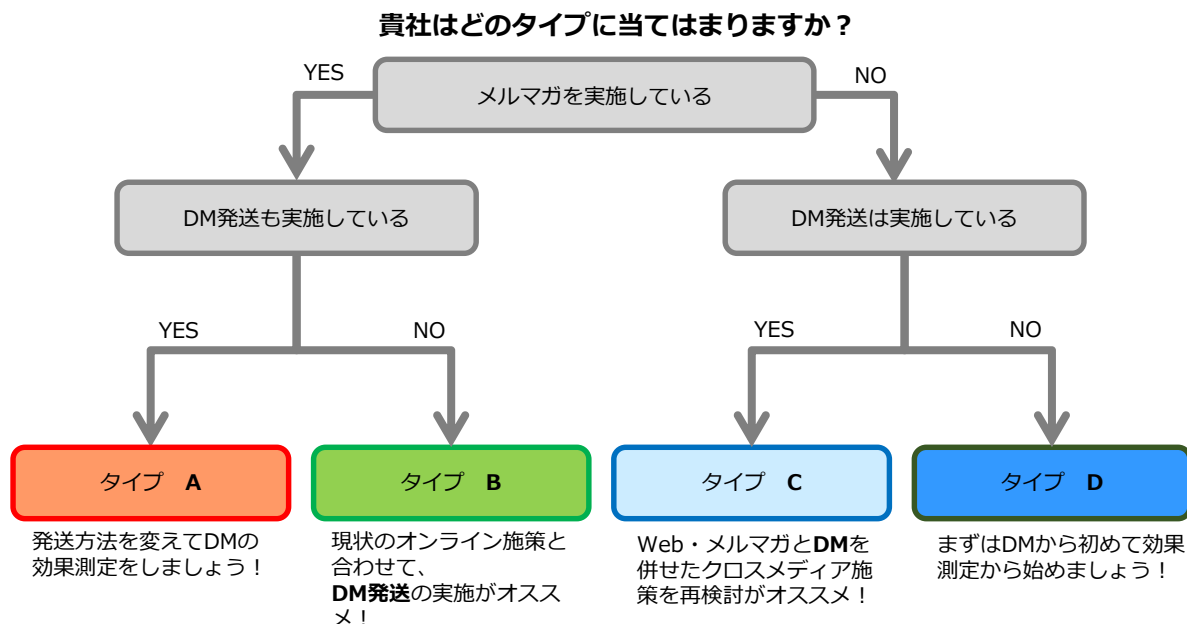
(メール配信のみの場合サイトアクセス：1%)

クロスメディア効果で7倍

DMマーケティングサービス

様々なタイプのお客様のマーケティング活動を支援

DM制作だけでなくターゲット選定から顧客データ制作、運用までお客様と一緒に企画立案
販売計画、広告宣伝計画に合わせて制作から発送、配布後のフォローまで対応



レイアウトサンプル

■ 入稿データ

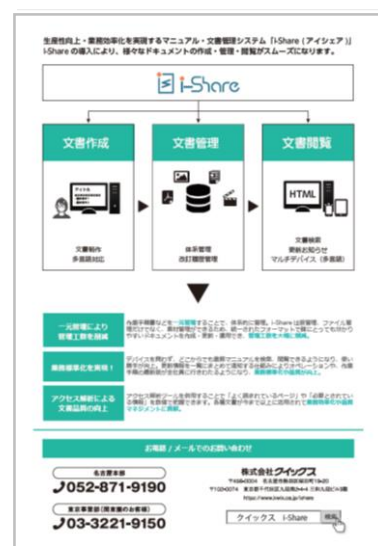
発送リスト：エクセルデータ

製品情報：テキスト、画像

※画像はeps形式または高解像度データ
(ロゴや製品画像、イメージ画像等)



オモテ



ウラ

..... 作業内容

- ・顧客リストデータ処理
- ・DMデザイン
- ・印刷／発送（必要に応じて）

DM制作以外に現在運用されている施策に対して
の改善提案は別途ご相談ください。

..... オプション

- ・DMから誘導するWebサイト作成
- ・反応効果測定、アクセス解析レポート作成
- ・メールマーケティング支援
- MA導入、運用サポート、コンテンツ企画