

これだけは知っておきたい

効くDMと効かないDMの違いは？ カギは読み手に響くきめ細かい情報発信

ダイレクトメールの活用法

ダイレクトメール（DM）は来店数増加や販促促進を行う際の「王道」ともいえる手法だ。自分宛てに届いたカラフルなセールやフェアのお知らせハガキは、内容がピッタリであれば心を動かすもの。最近ではWebサイトを使った広報・販促も広がっているが、Webは興味を持ちアクセスした人が見るPULL型販売であるのに対し、DMは対象者全員に手元まで届けるPUSH型アプローチができる。両者の特性を活かした使い分けが販促のポイントになりそうだ。

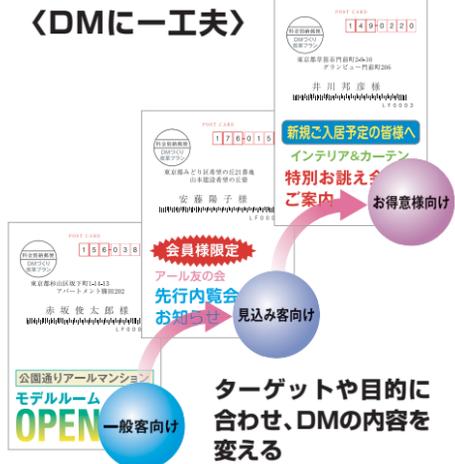
ターゲットごとにDMの中身を変える

ただ、「DMの重要性はわかるものの、効果がもう一つ」と悩む企業もある。こうした企業では、

フィス」である。販売元の理想科学工業ではオルフィスを使った「RISOダイレクトメール印刷システム」を用意し、DMの内製化をバックアップしている。

印刷コストが低いからDM頻度を上げられる

本システムでは、原稿データを



ターゲットや目的に合わせて、DMの内容を変える



すべての人に同じ内容のハガキを送っているケースが多い。店を知らない人、来店実績がある人、お得意様ではそれぞれ店舗や商品に対する意識が違うから、心に響く言葉も異なっているはずだ。DMも、例えば①広く来店を誘導する目的、②再来店を促し顧客を作る目的、③優良顧客を育てる目的などの段階別や地域性、属性等による

り、中身を変えることが望ましい。ただ、せっかくなのでDMも制作コストが高ければ何度も送付することができない。したがって、対象と目的を絞り、きめ細かい情報を載せたDMをタイムリーに安価に作成する——これがDMの効果を高める近道なのである。それには、制作を社内で行うのが一番だ。印刷会社に発注する場

「効く」DMへのポイント

- きめ細かく 地域や顧客層などターゲットごとに内容を変える
- スピーディに 発送のタイミングを逃さず出す
- ローコストで 回数を増やすため、コストに配慮
- 情報を守る 個人情報漏えいには注意

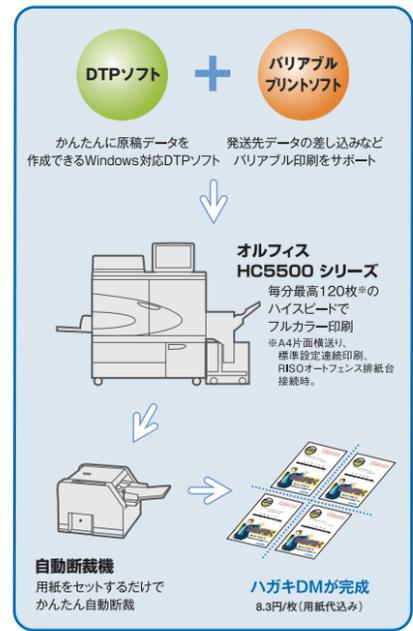
↓

DMの内製化を考えよう！

異なる内容のDMを時期やキャンペーン内容に応じてリズナブルに制作でき、送付頻度も上げることができらる。オルフィスは、DM作成はもろろん、簡易冊子制作もできるので、会社案内などパンフレット類の内製化にも力を発揮する。新しい製品を開発したり、会社の成長に伴って社員数が増えた場合などにもす

ぐに新しい情報を反映できるのが何よりのメリットだ。理想科学工業では、現在、全国各地でオルフィスをはじめとする製品を実機体験できる展示会「All for you, RISO」を開催中だ。効果の出るDM制作のプロセスを実際に目で見て確かめてみよう。

オルフィスを活用した「RISOダイレクトメール印刷システム」で「効く」DMを



RISOの製品を体験できる「All for you, RISO」全国で開催中

オルフィス、リングラフシリーズの実機や製品の活用方法がわかるイベントを全国で開催。日程はホームページへ
<http://www.riso.co.jp/fair08/>

お問い合わせ先 理想科学工業株式会社

東京都港区芝5-34-7 田町センタービル
電話(フリーダイヤル):0120-534-881 (お客様相談室)
URL:<http://www.riso.co.jp/807c/>