

5分で学ぶDM成功の鍵

<DMファクトリー ショートレポート>

DMファクトリーは、本格的なDMがウェブ上でかんたんに作成できる便利なツールです。きれいなデザイン、かっこいいデザインも大切ですが、実はDMのレスポンスを導く一番の要素はデザインではありません。

このレポートでは、DMファクトリー「DMを学ぶ。」から、DMを成功させるための基本的な考え方を抜粋してご紹介します。

☆☆☆☆☆☆☆☆

【成功の鍵1】DMで一番重要な要素とは？

よくある質問に、「DMって本当に読まれているの？」というのがあります。

確かに「見ないで捨てる」という人はいます。どんなにきれいなDMでも、受け取る人にとって関心のない情報は必要ないからです。

実はここが一番の鍵で、そういう人にはDMを送らないようにすればよいのです。

どれだけレスポンスしてくれそうな人を選択できるか。この仕込みがポイントです。

では「レスポンスしてくれそうな人」とは誰でしょう？

それは、あなたの顧客です。もっとも効果のあるリスト（送付先名簿）は自社の顧客リストだと言われています。

顧客は「何もしなくても買ってくださいのお客さま」かも知れませんが、「何かするともっと買ってくださいのお客さま」なのです。

一般的に、顧客でない人に出すDMはレスポンス率は1%以下。

しかし、資料請求をされた人（見込み客）なら1~10%、顧客（過去に何度か買ってくださいっている人）なら10%以上と言われています（あくまで目安の数字ですのでご注意ください）。

なじみのお店からDMが届けば、とりあえず覗いてみたくなるもの。お得意さまにこそDMを送りましょう。

☆☆☆☆☆☆☆☆

もし十分な顧客リストがなければ、あて名がなくても地域単位でDMが送れる「タウンメール（タウンプラス）」を使ってみましょう。



顧客でない人へのDMなので、決してレスポンス率は高くありませんが、商圈となる地域を町丁目単位で細かく指定できるため、大きな無駄打ちをせずに新しいお客さまが生まれる可能性があります。

新しいお客さまは必ず住所とお名前を確認し、将来のお得意さま顧客リストに加えましょう。

☆☆☆☆☆☆☆☆

【成功の鍵2】レスポンスを高める2つの鍵

次に重要な鍵、レスポンス率を高める秘訣は「きっかけづくり」です。「今行けばいいものがある」「今買えばちょっとお得」といった、レスポンスするきっかけをつくってあげることが大切です。

きっかけづくりの1つ目の鍵は「特典」。
よくあるセールステクニックとはわかっていても、これがあるとないとではレスポンスに大きな差が生まれます。

割引、プレゼント、お得な情報などで、来店するきっかけをつくってあげましょう。

ポイントは「ちょっとした特典」にすること。
10%割引と20%割引では、それほどレスポンスに差がなかったりします。

それから、「特典」には必ず有効期限を設けましょう。
せっかくの来店が先延ばしにされ、終いには忘れられてしまうおそれを防止します。

☆☆☆☆☆☆☆☆

2つ目の鍵は「タイミング」。
初売り、衣替え、ボーナス、お客さまの誕生日（月）など、季節や生活のイベントをうまく活用しましょう。

「せっかくの初売りだから行ってみよう」「せっかくの誕生日ぐらい、おいしいものを食べよう」など、今このタイミングで来店する理由を与えてあげることで、プラスアルファの売上が見込めるはずです。

DMファクトリーの「販促カレンダー」は、生活のイベントや旬の食材など、きっかけづくりに便利なイベントが一覧できる汎用カレンダーです。月ごとの販促企画を書き込めるようになっていきますので、ぜひご利用ください。

【成功の鍵3】DMは「お手紙」

デザインは一番目につくところですが、大切なのは「伝えること」。



せっかくお金をかけてきれいなDMをつくっても、なぜかレスポンスが上がらない、ということがあります。

この原因の一つとしてよくあるのが、何を伝えたいDMなのかよくわからないというケース。

例えば「CALL 03-1234-5678」ではただ電話番号が載っているだけしか見えませんが、「03-1234-5678 までお電話ください！」と明確に記載すれば、どうしてほしいのかが伝わります。

また、「粗品プレゼント！」では漠然としていて魅力的に見えませんが、「新発売の美容ドリンク1本(300円相当)プレゼント！」なら「とりあえず行ってみようかな」という気になります。

いつまでにどうしてほしいのか、お客さまにとってのメリットは何か、できるだけわかりやすく、具体的に伝えることでレスポンスが変わります。

「お客さまはわかっているはず」と思いこまず、きっかけ、特典、ご案内、おすすめ、お礼など、内容を丁寧に伝える「お手紙」を書きましょう。

☆☆☆☆☆☆☆☆

お手紙と言えば、手書きの一言も大変有効です。

印刷されたはがきに一言添えるだけで、DMがいつそう捨てがたいお手紙になるはず。

「こんにちは、〇〇コーナーの佐藤です」など、書き手(販売員など)の名前を入れると、いっきにお客さまとの距離が縮まることでしょう。

DMファクトリーの表面のテンプレートには、手書きスペースの素材も用意しています。ぜひお客さまとのコミュニケーションにお使いください。

☆☆☆☆☆☆☆☆

DMファクトリーのテンプレートを使えば、いろいろなデザインがかんたんにつくれます。

さあ、さっそくお好みのテンプレートを選んで、気持ちの伝わる「お手紙DM」をつくってみましょう！

