

## <参考資料>

---

# メールニュース 運用プラン

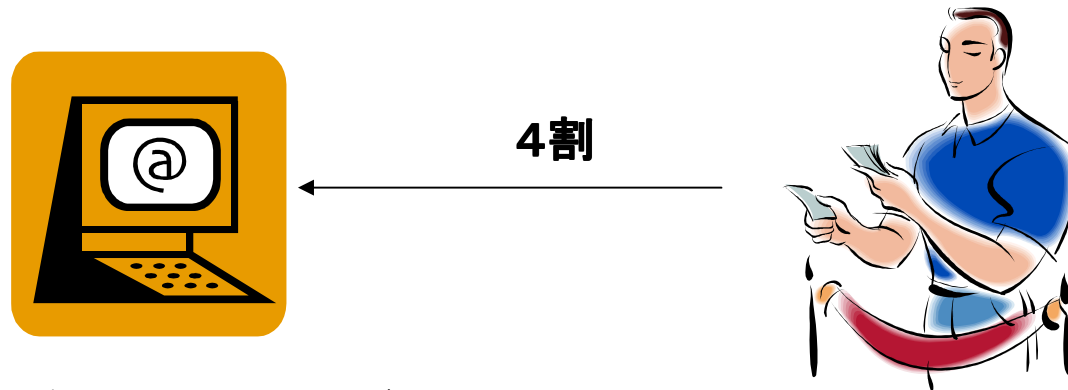


売れない時代にモノを売る！ お客様に選ばれる理由の調査研究機関



選ばれる理由研究所

# なぜメールニュースが効くのか？ 既存顧客へのアプローチが増えるからです



自社ホームページ

6割



新規客

既存客

当社でサポートしているクライアントの訪問解析を行うと  
既存顧客(ブックマークしている)が実に4割が訪問しています。  
Web(ホームページ)を作る目的に  
「新規の顧客を増やしたい・・・」というニーズがありますが  
実は**既存客との連携を深めることが十分可能**であること  
逆説的に言うと**「既存客」に飽きさせない事**が重要です。

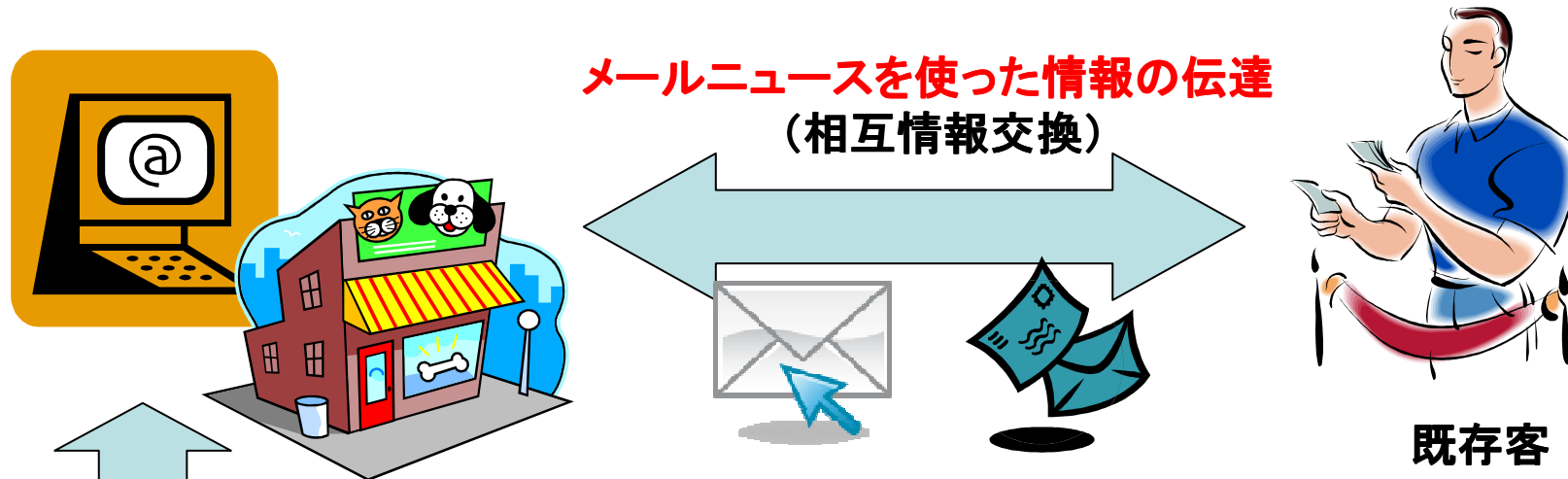


売れない時代にモノを売る！ お客様に選ばれる理由の調査研究機関



選ばれる理由研究所

# なぜメールニュースが効くのか？



会員登録

## 超優良老舗旅館の事例

東日本大震災で・・・ほぼ100%の予約を誇っていた超有名老舗旅館さんが、半分の予約に陥りました。社長様は・・・悩み・・・社員削減を考えたが、既存のお客様（お得意さん）に手紙を出しました。そして今、元の経営に戻りました。

商売の基本は、既存のお客様を大事にすること  
→既存のお客様に常にお得な情報や新鮮な情報を提供

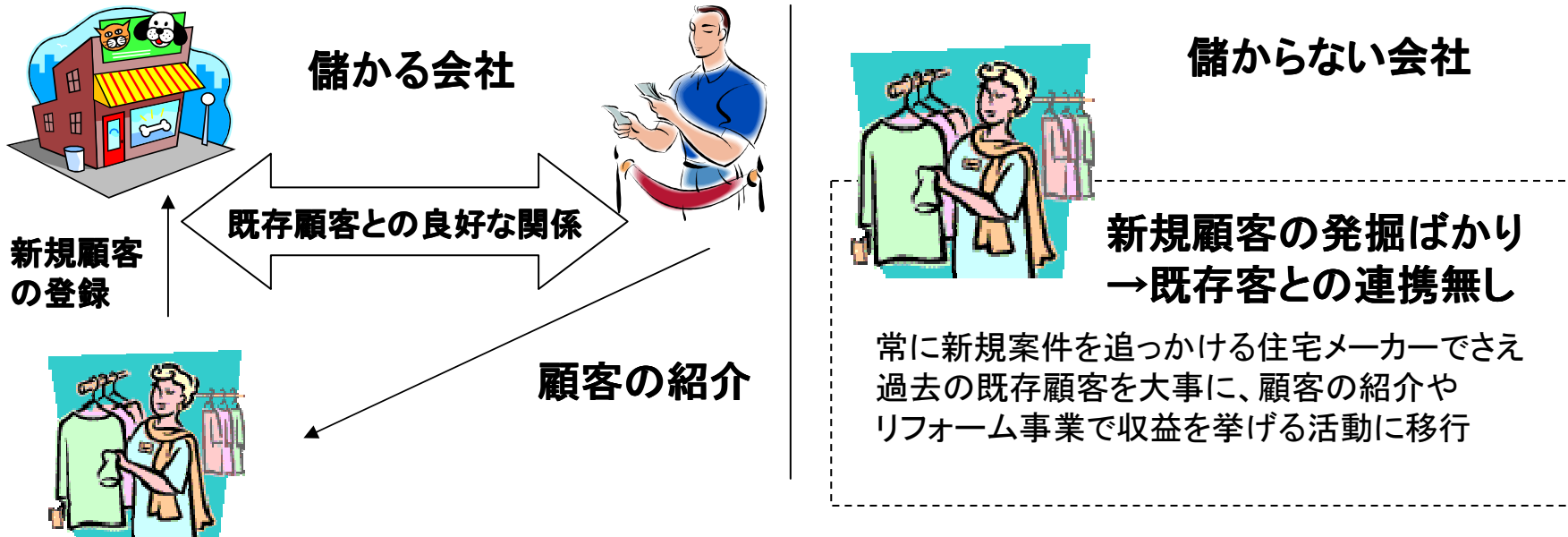


売れない時代にモノを売る！ お客様に選ばれる理由の調査研究機関



## 選ばれる理由研究所

# 儲かっている会社とそうでない会社の違い



当社で様々なお客様で 儲かっている会社とそうでない会社を  
第三者的に見てみると、儲かる会社は「既存顧客との良好な関係」が図れ  
そうでないところは「新規顧客の開拓」ばかりに終始しています。

※もちろん、新規顧客の開拓もせず、既存顧客へのアプローチもしない会社は  
売上げダウン→倒産寸前などに陥ってしまいます

# 儲かっている会社の郵便／地域の小売店の場合



メールニュース

顧客数として200～500件

## 【チェックポイント】

- 空メールによる登録システムが完備されている
- 内容の濃いメールニュースが送られている
- FBやツイッターへ連動が出来る



郵便による通知

顧客数として700～1000件

## 【チェックポイント】

- 既存顧客の発送リストはきちんと準備されていますか？
- 常に最新リストとして整備されていますか？
- 反応のあったお客様の追っかけは出来ていますか？

パパママで営む小売業／対象：一般顧客

このくらいの顧客数(データベース)を保持していないと  
地域の小売店でも生き残りが出来ない・・・ようです。

皆様のご商売はいかがでしょう？

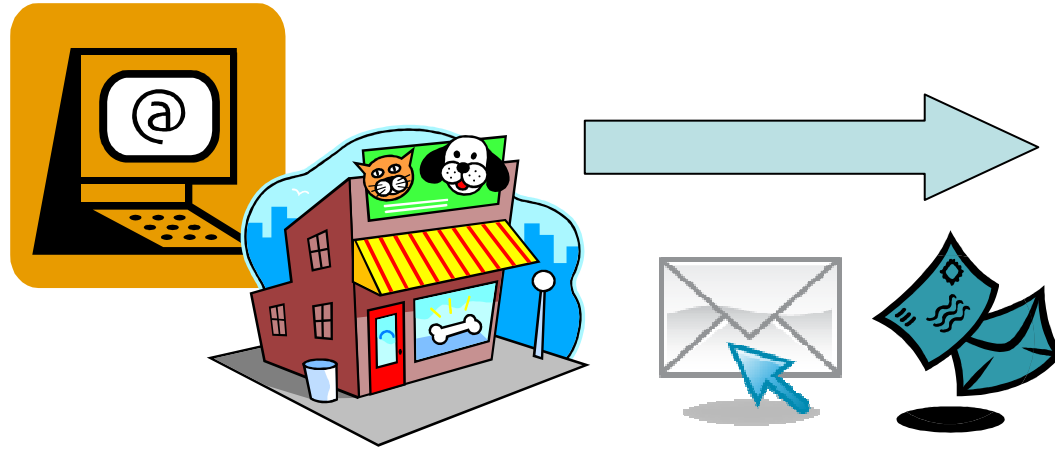


売れない時代にモノを売る！ お客様に選ばれる理由の調査研究機関



## 選ばれる理由研究所

# 儲かっている会社の郵便／メールニュースの活用方法



## メールニュース

月1～2回程度の情報発信  
(それ以上だとうるさく思われる)

## 郵便による通知

3～4ヶ月程度の情報発信  
(郵送コストを考えてもこの位が妥当)

儲かっている会社では、常に既存顧客への情報発信を大事にしています。  
それでは具体的にどの位のペースで案内を出しているのかヒアリングをしてみると・・・右のような事例が多いようです。

頻度を高めれば良いワケではなく・・・しかしあまりに案内しないのは問題・・・  
ぜひご参考にしてみてください。

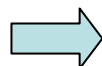
# けど・・・お金がかかる？ 心配いりません！ 当社の儲けにはなりません・・・



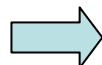
メールニュース

顧客数として200～500件

ホームページで見ると・・・月間1万円もかかる



**最大1000人程度**のメールニュースシステムであれば  
月額1500円程度のシステムを紹介出来ます



**200人程度**のメールニュースシステムであれば  
既存のメールソフトで十分かもしれません。



郵便による通知

顧客数として700～1000件

送料は高くて・・・あまり頻繁に出せない



**郵メールでは当社が一番安い**  
特別な契約を結んでいて、郵メール(角2サイズまでOK)  
であれば安く発送出来ます。



**バーコード印字で安く発送が可能**  
当社で発送の支援を行えば、バーコード印字も  
サービスで行っています。送料がぐっと安くなります。



売れない時代にモノを売る！ お客様に選ばれる理由の調査研究機関



## 選ばれる理由研究所

# メールニュースで売上げ拡大 秘訣

---



成功への道 1

**登録数こそ全て！登録をとにかく促進！**

成功への道 2

**継続が大事！計画性を立てよ！**

成功への道 3

**お客様の喜ぶキャンペーンをうち続ける**

成功への道 4

**ダブル案内メールと郵便物を連動させよ**

売れない時代にモノを売る！ お客様に選ばれる理由の調査研究機関



**選ばれる理由研究所**



# メールニュースで売上げ拡大 秘訣 [登録]

空メールでアドレスをゲット！



QR  
コード

読みとり → 空メール送信 → DB化

空メールを送らせる動機付け(特典など)が必要です

**ここで 注意が必要です**

1. 登録者が配信停止を希望した場合、すぐに配信停止が出来ること
2. 個人情報を取得する目的を明確にすること
3. 携帯メールの場合、プロテクトがかかるものもあるので、プロテクト解除の方法を表記すること

# メールニュースで売上げ拡大 秘訣 [登録]

## メンバー登録フォームの設置



空メール送信 → 自動返信 → 住所等登録 → DB化

新規顧客の場合、住所等の発送先もゲット出来ればベター

### ここで 注意が必要です

1. 空メール送信後に登録フォームを案内し初めて登録とする場合もありますが、これでは登録数は増えません。
2. メールニュース配信ソフトでは、2つの登録機能がありませんので、自社のwebや携帯サイトへの登録フォームに誘導させるのがコツです。
- 3.

# メールニュースで売上げ拡大 秘訣 [メール発送]

## 発送日を決める



メール発送日確定 → 内容確定 → 予約システムも活用

いつか・・・やるではダメ！ 発送日を決めてから逆算する

## 困ったら・・・ご支援します

1. ホームページやメールニュースは重要性は分かっているが業務に忙殺されて、結局何も出来ないという会社様が多いのも事実。当社ではメールニュースを作成し、メール配送をするサービスも検討しています。(毎月5000～10000円程度を想定)
2. ホームページへの更新活動も支援出来ます。ぜひ一度ご相談ください。

# メールニュースで売上げ拡大 秘訣 [メール発送]

## メールの内容を決める



キャンペーン企画 → 特典の考察 → レスの取り方研究

お客様の喜ぶ姿を想像してキャンペーンを考えてください

## 抽選付き・ポイント付きは 結局高い買い物に・・・

1. メール送信システムには、抽選付き機能やポイント付加機能付きのものがあります。総じて月額10000円を超えるASPです。地域の会社では専門にweb担当者がいるわけではありません。当初・・・興味を持ち、始めてみたが、結局システムが複雑すぎて無駄な高い買い物になるケースが多いようです。

# メールニュースで売上げ拡大 秘訣 [その他]

## メールとハガキ ダブルで案内



DM企画 → メールにも記載 → ダブルで効果があがる

同じ内容を2回案内することでPR効果抜群です。



### 私の実例から…どのHPを探しても見あたらない成功ノウハウ

既存顧客への情報発信が重要なのは、様々なホームページに掲載されています。しかし実際の方法について記載されているケースは少ないようです。

私が所属する大学のOB会でも、総会等の通知を、ハガキとメールとダブルで案内することで、出席率がずっと上がります。ダブル案内方式で、御社と顧客の距離を近づけます！



売れない時代にモノを売る！ お客様に選ばれる理由の調査研究機関

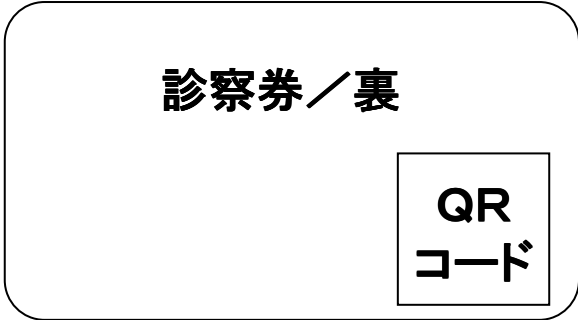


## 選ばれる理由研究所

# 業種別 メールニュース活用事例



**開業医(医療業界)**



季節や流行による病気・疾患の情報をメールニュースで案内をします。



インフルエンザなど病気にかかった時に自院に診察に来られます！



売れない時代にモノを売る！ お客様に選ばれる理由の調査研究機関

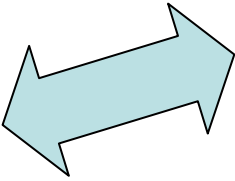
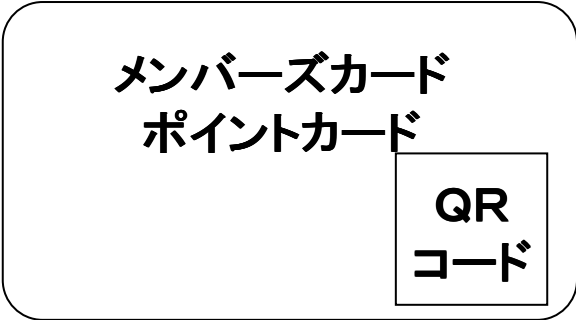


**選ばれる理由研究所**

# 業種別 メールニュース活用事例



美容院・エステ



ポイントシステム(当社推奨の無料版)と連動させることで 顧客が何ポイントになっているか…案内。



毎月のキャンペーンやポイントによる特典が変わったことなどを案内

※割引セールの特発は避けた方がベターです。



売れない時代にモノを売る！ お客様に選ばれる理由の調査研究機関



選ばれる理由研究所

# 業種別 メールニュース活用事例

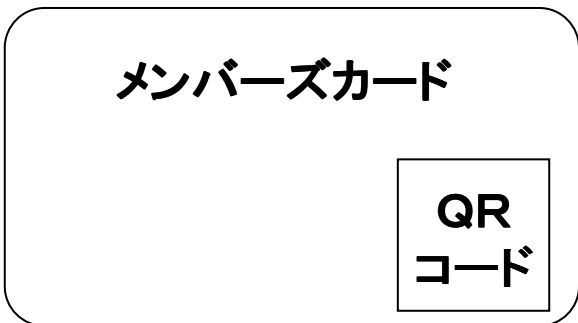


## 自動車販売・修理



名刺の裏にQRコードを印刷することで、  
メンバー登録を促進することができます。

→ タイヤの買い替えやお得な情報など  
季節に合わせた情報を発信しましょう。



→ 自動車販売や修理では見られない  
メンバーズカードや  
ポイントカードシステム  
＝顧客の囲い込みが可能となります



売れない時代にモノを売る！ お客様に選ばれる理由の調査研究機関



## 選ばれる理由研究所



# 業種別 メールニュース活用事例



## 旅館・ホテル

店舗カード

QR  
コード

ビールや特産品のサービス(無償提供)などで携帯のアドレスをゲット!

→ ビジネスで来られるお客様も、観光情報などを案内し、リピートさせることができます

受付表

---

メールアドレス記入欄

→ 大都市の旅館などでは、受付票にアドレスを記入する欄があり、メールニュースを送ってきます!



売れない時代にモノを売る! お客様に選ばれる理由の調査研究機関



# 選ばれる理由研究所

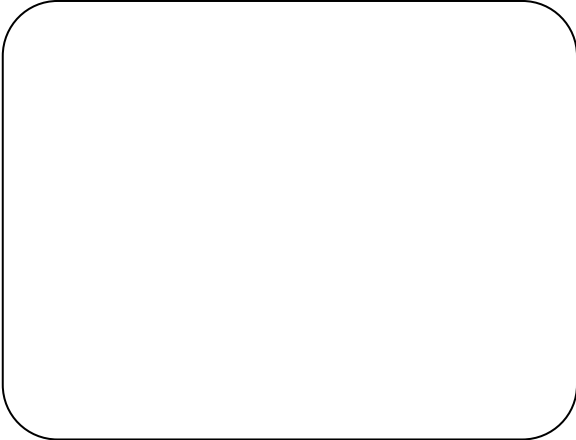
# 業種別 メールニュース活用事例



## 商店・飲食店

店舗カード

QR  
コード



ビールや特産品のサービス(無償提供)などで携帯のアドレスをゲット!

→ リピートが一番見込める顧客層です。絶対的な効果があります!

→ チラシなど、とにかく全てにQRコードを入れてみてはいかがでしょうか?

# 業種別 メールニュース活用事例



## サークル・ボランティア・ファンクラブ

無料配布カード

QR  
コード

実は一番よく使われるのが、ファンクラブ拡大です。  
無料配布カードを用意し、  
ファンクラブニュースを送るなどの工夫をしています。

メンバーズカード

メンバーの携帯アドレスを聞き、それをPCに打ち込む  
のは大変苦勞が多いものです。  
記載のアドレスが間違っって…結局メールを送れないことも…  
空メール機能はこんな時にも便利です



売れない時代にモノを売る！ お客様に選ばれる理由の調査研究機関



# 選ばれる理由研究所

**最後に メールアドレスや住所録は個人情報です。扱いに注意！**

---

自身で研究し様々なシステムや方法で、メールニュースや住所録を使って案内している企業様がありますが、個人情報の取扱は十分でしょうか？

**メールアドレスや住所録は個人情報です。扱いに注意！**



当社は個人情報保護法に基づく規定(Pマーク)を取得し、クライアントの個人情報の取り扱いに関わるアドバイスをさせて頂いております。

不明な点などがありましたら、お気軽にお問い合わせ下さい。



売れない時代にモノを売る！ お客様に選ばれる理由の調査研究機関



**選ばれる理由研究所**