

料金後納郵便



可変印刷の
先駆者だから
お話できます。

©カラーインクジェットでバリエブル印字しました。

Think!

Relation

関係作りを考える。

お客様
Client

SHIFT

お客様
Customer

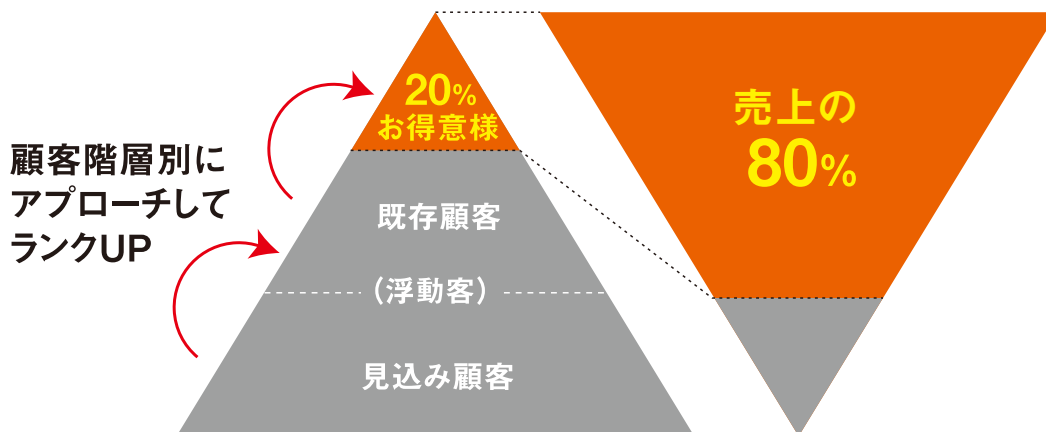


お客様との関係を再検討しませんか？

新しい商品を新しいお客様に次々と買ってもらう。こうした商売の常識は崩れ去りました。一見のお客様から二度三度と買い続けてくれるお客様へ。そのためには、長期的で継続的な関係づくりのプログラムが必要です。もう一度、顧客管理を見直して、お客様とのより強固な関係を作りませんか。

「お客様」から「お客様」へランクアップ

「お客様全体のうちの2割の得意客が利益全体の8割を生み出す」と言われるように、不況下でのビジネスでは、お客様をどれだけ増やすかが大きなポイントになります。そのためには、8割のお客様（浮動客）をいかにランクアップさせ、お客様にするかが重要です。



Direct Mail as Communication Tool

お客様との コミュニケーションツール として

DMは優秀なセールスマン!!

DMはテレビや新聞などのマス広告と違い、選んだ相手だけにメッセージを届けられるムダのないメディア。商品やサービスに興味を持ってもらえそうなお客様だけに的を絞ってDMを送れば、少ない費用でレスポンスを上げることも可能です。

POINT-1

ターゲットに見てもらえる 可能性が高い!

住所や宛名が記載してあるDMは「あなたに宛てたお知らせ」であるという印象を強めます。ポスティングやチラシよりもターゲットに見てもらえる可能性が高くなります。



POINT-2

レスポンス率などの 効果検証が可能!

DMにホームページのURLやQRコードを入れることでアクセスログを取ることができます。実店舗ではDM持参で割引などの特典をつけることで、DMの効果検証が行えるので、次の販促立案につなげることができます。



- 
- ✓ Why?
 - ✓ How many?
 - ✓ What?
 - ✓ Who?
 - ✓ How?
 - ✓ When?
 - ✓ How about?

How to formulate a DM

効果的なDM作成術

Why? 何のために【目的】

何のためのDMなのか、
的を絞って狙いを定めます。

How many? どれくらい 【部数・回数・予算】

総合的に費用対効果を考えて、
発送の総数量を決めます。
DMでいくら商品購入（レスポンス）があれば、
元がとれるのか。損益分岐点を計算します。

計算例

$$\text{損益分岐点(\%)} = \frac{150\text{円}}{(10,000\text{円} - 4,000\text{円})} \times 100 = 2.5(\%)$$

1通あたりのDM経費 (制作費+印刷費+発送費)
1通あたりの商品販売価格 1通あたりの商品仕入価格 1通あたりの粗利益

※どれだけ反応（商品購入）があったかを把握する、レスポンス率の計算方法。レスポンス率(%) = 反応数 ÷ 発送数 × 100

上の例でいえば2.5%が損益分岐点。1,000通のDMを出して25人のお客様が商品を購入してくれば元がとれるという計算になります。

What?

何を【商品・催事】

DMの内容は、行ってみたい! 買いたい! と思わせる魅力的な話題づくりが重要です。例えば、割引か、景品進呈か、イベント告知か、お客様に関心を抱かせるテーマを考案いたします。

Who?

誰に【ターゲット】

上顧客にだけ出す、前回のセールで買ってくれた人にだけ出す、ある特定の商品だけを買い続けている人に出すなど、発送する対象を絞り込むことが大切です。

How?

どんな形で【形状】

ハガキDMか、封書DMか。DMは、伝えたい情報量や内容にふさわしい形状が理想です。店のイメージや長期的なDM構想を踏まえて形をご提案いたします。

When?

いつ【発送時期】

セール告知なら5日~1週間前。給料日やボーナスの出るタイミングも考慮します。じっくり読んでもらいたいDMなら週末に。お客様の誕生日や記念日は、絆を深める絶好のチャンス! 買い換え時やリピートのタイミングをつかんでおくことも大切です。

How about?

どうなった【結果検証】

DMにお客様がどのような反応を示したのか。誰が来店し、何を買ってくれたのか? お客様の様々な反応を細かく把握し、次の販促計画に生かします。

結果

Customer's Data

サービスの基盤としての顧客データ

費用対効果UPは、 まず顧客データ管理から

DMの最終目的は、お客様を来店・購買に結びつけ、費用対効果や投資対効果(ROI)を向上させること。そのためには、たくさんの人にたくさんの商品情報を伝えるのではなく、見込みのあるお客様に、その人が求める情報を、知りたいタイミングで届けることが重要です。成功のカギを握る顧客データを見直してみましょう。

購買履歴を分析する

「お客様に関する情報」や「利用に関する情報」から、一人ひとりの違う購買履歴が分かれば、次にお勧めしたい商品や、買い換えの時期などが見えてきます。よりニーズに合った商品・サービスをタイムリーに、継続的に提供していくきめ細かい販促が、費用対効果を高めるポイントです。

誰が、いつ、何を、どれだけ買っているか？
どんな商品を好むのか？

お客様に関する情報

- 名前
- 住所
- 性別
- 生年月日
- メールアドレスなど

利用に関する情報

- 購入商品
- サービス利用
- 購入金額
- 来店回数など

※顧客データは企業の財産。収集だけでなく、管理や利用にも注意が必要です。

費用対
効果UP!

見込み客



知りたい情報



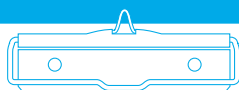
たくさんの情報

Gathering

収集方法



顧客データの収集方法について



直接 聞き取る

「次回セールのご案内をお送りさせて頂きます」と言って、お客様から直接聞き取ります。

カードの 発行

クレジット、会員カード、スタンプカード、などの発行時、または景品との引換時に。

商品保証書 ご愛用者 カード

製品に「お客様カード」や「ユーザー登録カード」などのハガキを同梱する場合があります。

折込チラシ 雑誌広告 インターネット

懸賞キャンペーンを行ったり、資料請求券を添付します。

イベント

展示会、工場見学、セミナーなどで見込客のデータを集めます。



V・D・P Variation

可変印刷の豊富な形状バリエーション

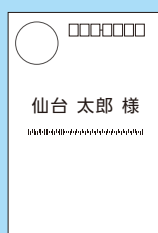
不況下でも需要が伸びるDM。

そのカギは顧客データベースと可変印刷システム(V・D・P)にあると言われています。

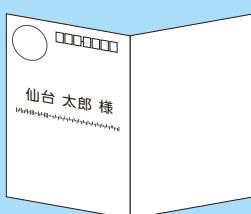
ビー・プロは、可変印刷にいち早く注目し、

お客様とのより密接な関係構築に効果を上げています。

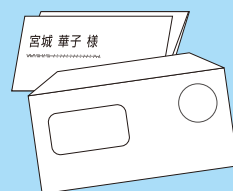
■定形ハガキ



■往復ハガキ



■封書タイプ



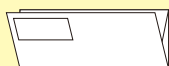
●データ用紙の折りタイプ



ヨコ1面

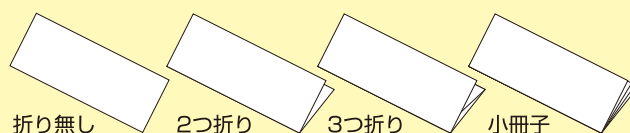
ヨコ2つ折り

ヨコ3つ折り



A3の2つ折りを更に3つ折り

●販促用チラシの種類



折り無し

2つ折り

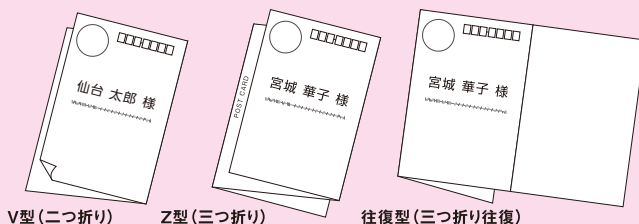
3つ折り

小冊子

つい開けて
みたくなる...

圧着ハガキで開封率アップ!!

帳票に印刷後、専用機で圧着し一枚のハガキに仕上げます。圧着部分は外側から見えないため、プライバシーを保護します。従来のハガキに比べて、情報量は3~5倍。しかも、郵送料はハガキ料金のみです。ミシン線加工でクーポン券付きハガキにしたり、型抜きによってカード添付の機能を持たせることもできます。往復ハガキは、アンケートをとる際にも便利です。



V型(二つ折り)

Z型(三つ折り)

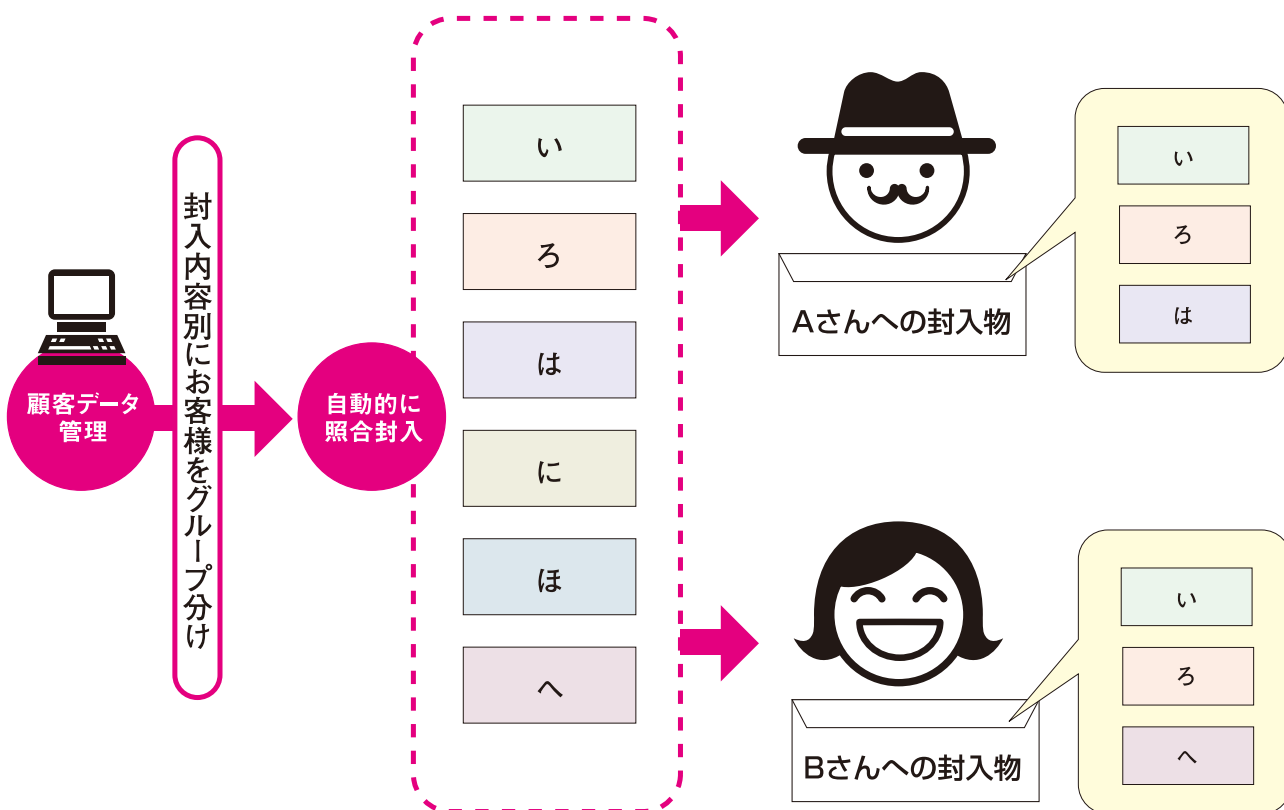
往復型(三つ折り往復)

封入物もお客様ごとに対応可能

ビー・プロでは、封入内容別にお客様をグループ分けして封筒と内容物を自動的に照合封入することができます。

また、定形の封筒に最大8種類の郵便物を一度に封入封緘することも可能です。

その他に、角2封筒など定形外の封入封緘システムもあります。どうぞお気軽にご相談ください。



顧客層が広くて、一人ひとりに対して的外れなDMになっているかも…
顧客の好みをアンケートに残しているが、
どうにか活用できないだろうか…

**こんな時は、可変印刷システム (V・D・P)。
相手によって内容を差し替えるから効果数倍!!
よし、早速ビー・プロに相談してみよう!!**

DM革命!

V・D・P Step up

無限に広がる 可変印刷 ワールド! アイデアと 工夫次第で DM効果は さらにアップ!!

DMは受取人を
個別に指定して発送されるもの。
だからDMを受け取った人は
「選ばれた」という意識を持ちます。
トクをするから買ってみたいなる!!、
お店に行くと楽しいことがある!!
...単なる告知だけではなく、
お客様の行動を促すには、
仕掛け作りが必要です。

レスポンスを高めるDM制作

- ターゲットを絞り込んでDMを立案する
- 申込用紙は最大限に書きやすく
- 期間限定や先着順をいれる
- 担当者名や一言メッセージをいれる
- 事前告知とフォローアップ
- 複数の注文方法を設ける
- クーポン券、引換券などの特典をつける
- 封筒の中身を見せる
- 開封しやすい工夫をする

コミュニケーション DM

お客様との関係を継続させるためには、タイムリーなコミュニケーションを継続させることが大切です。

- 季節のお便り
- シリーズDM

上顧客へランクアップ DM

上顧客予備軍には、もうすぐ特別会員(上顧客)になることをアピール。上顧客だけの様々な特典をお知らせします。

- 顧客ランク別DM

◎開封率アップDM

透明カプセルに商品サンプルやプレゼントなどの立体物を入れ、3つ折りハガキにセットして送れます。

◎資料請求用DM

ハガキ宛名面をFAXすれば資料請求ができ、住所を記入するお客様の手間が省け、レスポンス率もアップ!!

◎ありがとうDM

旅館が宿泊客へ向けて送った礼状。四季に合わせた4つのパターンを用意し、季節感を表現しています。

◎シリーズDM

チーズ専門店のDM。毎月違ったチーズを取り上げ、美しい写真と、チーズの豆知識を交えて紹介。

◎圧着タイプDM

開けてみたくなる圧着タイプ。優良顧客の特別意識をくすぐる演出を随所に表現したDMです。



お得意様 (リピーター)



◎アフターフォローDM
メガネの買い換えサイクルに合わせて、購入から1週間後、半年後、1年後、2年後と定期的にDMを発送。



◎サンプル同封DM
封筒DMなら、サンプルを封入して送れます。見て、触れて、納得。DMだから可能な販売促進です。

アフターフォロー DM

信頼できる店、安心できる店としての姿勢と対応力が、顧客との深い信頼関係につながります。

- メンテナンス情報
- 点検・警備サービス告知

プレゼント情報 DM

例えば、獲得ポイントのお知らせと、お店のセールを連動させて来店を促進します。締切り少し前には、プッシュのDMを出して、購買意欲を高めます。

- ポイント引換景品案内
- ポイントアップ情報

お客様の特別な日 DM

お客様を大切にしている姿勢を表せば、お客様を思う気持ちが伝わり、お客様との絆も深まります。

- バースデーカード
- クリスマスカード

特別情報 DM

特別ご招待DMなどの販売企画を立て、お得意様を育成・維持。さらに、一般顧客よりセール期間を先行させたり、特別な景品をつけるなどして、期待感と優越感を満足させる。

- セール情報
- サービス・イベント企画

ありがとう DM

一通の礼状が、お店への好感を育み、信頼を深めます。そして、次の商品を購入する弾みにもなります。

- 商品購入やサービス利用のお礼
- 使用状況・満足度のお伺い

一見のお客様



DM革命!

V・D・P System & Support

プランニングからデザイン、 そして発送代行まで DMに関するすべてを請け負います!

ビー・プロでは、圧着ハガキをはじめとした各種DM制作に対応。
データベースに基づき情報処理を絡めた「One to One DM」なども展開可能です。
また、封入・封緘、発送まで、DMに関する総合的なアウトソーシングが可能です。



Take off !!

時代の上昇気流に乗って—

個人情報保護に万全の対策

可変データ印刷において情報処理は不可欠であり、当然顧客データなどの個人情報を取り扱うこととなります。ビー・プロではお客様に安心してデータを預託していただけるよう、データのセキュリティには万全の体制をとっております。

その証明として、2003年には、一般財団法人日本情報経済社会推進協会、東北プライバシーマーク審査センターが認定する「プライバシーマーク」を取得しました。

(サービスを提供している
主な業種)

- ◎官公庁・地方自治体・公社
選挙管理資料、税務管理資料
税関係納付書、住民情報資料等
- ◎金融機関・保険会社
自動振込報告書、預金満期報告書
各種証券、顧客台帳、各種報告書等
- ◎学校・病院
学生管理表、成績証明書
各種請求書、契約申込書等
- ◎一般企業・流通
各種管理資料、商品目録、商品カード
発注台帳、ダイレクトメール等
- ◎その他
各種名簿、バーコード、OCR
統計グラフ、圧着ハガキ
音声コード等



DMの企画立案から発送まで、 すべてビー・プロにお任せください!

ご提案

1

レスポンスを 上げるためのデザイン

DMの開封率やレスポンス率を大きく左右するデザイン。
ビー・プロには、「**全日本DM大賞**」の受賞経験もある
プランナーが在籍。DMの企画立案からDMの
デザイン・仕様の設計、オファー（特典）の
選定などあらゆるご提案を行わせてい
ただきます!

ご提案

2

御社に最適な DM送付先の選定

顧客データの分析により御社が今、一番DMを送るべき
最適な送り先をご提案いたします。またBtoBの
新規開拓向けには、「**電話帳データ**」や
「帝国データバンク」などのデータを駆使して、
送付エリア・業種・売上規模などから
御社に最適なDM送付先をご提案
させていただきます!

ご提案

3

DM送付に関わる コスト削減

御社の予算、伝えたい情報や内容、
送付先により、**圧着ハガキ・封書・**
カードタイプなど、**最適な仕様のDM**を
ご提案いたします。また、**バーコード付加**や
仕分け方法など**郵便料金割引**のための
あらゆるご提案をいたします!



今がチャンス!

今ならDMの**無料診断**実施中!
DMサンプルをご用意の上
下記までご連絡ください!!



お問い合わせは

TEL.022-288-5301

〒984-0011 仙台市若林区六丁の目西町4番1号 FAX.022-390-1006 <http://www.beprogess.jp/>



ISO9001 ISO14001認証 / プライバシーマーク認定 / ISMS認証

