

◎反応の高いDMアイデア

1. 注目度を高めるしかけとは

DMの反応率はひと口に3%とか、0.3%とありますが、これは平均でしかありません。7%もあれば、0.02%もあるのが実態。では、どこで差がつくのでしょうか。商品やオファー（プレゼントなどのインセンティブ）に問題がなければ、コミュニケーション戦術を変えることでレスポンス率は格段に向上するはずです。

DMを構成する要素は、封筒、パンフレット、挨拶レター、オーダーフォームなどですね。封筒は送料がかさみ、未開封のまま捨てられるなど認知率が低くなりますが、情報量は多い。一方、ハガキは情報量が少なく、内容が見えているため見て欲しい人に届く前に別の人に捨てられて到達率が低くなるが、送料が安く、数多く送れる。その中間をいくのが、最近よく見る圧着式ハガキですね。（とはいえハガキの料金別納、後納表示の下半分すらPRスペースに使えます。）

封筒の場合、外からもわかるような“かさばる”プレゼントを同封すると、開封率、リターン率ともに高まります。花の種や、ティーバッグなどの安いものでよいのです。反応が良くなるのは、どんなに安いものでもいただくと心苦しく感じる返報性の原理によるもの。

来場・来店時に景品と交換できるものや、ゲームに参加できるものにするのも方法です。例)現場でダーツをしてもらい景品が決まるなら、ダーツを入れてしまうなど。または、固有の抽選ナンバーを大きく印刷してもいいでしょう。

宛名はできれば手書きがいいですね。透明封筒にしても目立ちます。形状を全く変えてしまうのも効果があります。下駄だって宛名を書けば送れますから、デザイナーにアイデアを出してくれるよう相談してみてください。夏なら、うちわそのものを送ってしまってもいいのです。

2. 訴求力のある中身が肝心

さて、中に封入するもの、チラシなどの作り方です。

当たり前のチラシをつくっても仕方がないですね。かといって、見る人を不快にさせないことも重要。まず、インパクトのあるキャッチフレーズが欲しい。

ビジュアルの撮影などにはコスト的な制限が付きまといますが、自分で考えるコピーなら何を言ってもタダ。コピーの書き方は次の機会に譲りますが、常日頃、自社の商品について思いを巡らせていれば、決定的なアプローチが出てくることも期待できます。

接触した顧客の何気ない一言がコピーライティングのヒントになることも多い。マーケティングも、現場百回かも知れません。

ビジュアルについては、一度つくったら使い回しをすることです。ウェブでも、会社案内でも、パッケージでも使っていく。それだけ露出させれば覚えてもらえます。情報の送り手側はすぐに飽きてしまい、「別のシリーズを考えないと」と考えたりしますが、受け手側は飽きるほどは見てくれていない。

何度もお金をかけて新しいビジュアルをつくっても、しっかり認知される前に別の表現に変わってしまうのではもったいないでしょう。

全体のメッセージとしては、自社の技術力を語る、こだわりを語る、利用客に登場してもらい語ってもらう、難解な商品を絵解きでわかってもらう、お得なセールを語る、来店のインセンティブをつける、などなど何でもありです。

表現方法は各社の状況や必要性に応じてさまざまな可能性があるので、語り尽くせません。

3. DMリストをつくるいまどきの方法

個人情報保護法の施行により、顧客データの取り扱いや名簿の売買などは微妙なものとなりました。それだけに、顧客名簿の管理や入手には慎重さが求められます。

大手の量販店などでは、ポイントカードの導入により、顧客データや購買行動などのマーケティングデータを把握しつつ、囲い込むという手法をとっています。

昔ながらの商店街や、一軒独立のスーパーマーケットでも、スタンプカードのような簡易なものに住所と氏名を書き込んでもらえば、それに近い効果を上げることが可能でしょう。

次に、インターネット経由で名簿を入手する方法としては、2ステップのオファーがもっとも有望です。これは、その商品に関連する情報冊子などを無料でプレゼントするというものです。この方法のよいところは、商品に興味がある人のみのデータを集めることができる点です。

ターゲットを絞り込まなくてもよいのなら、プレゼントサイトへ商品を提供して、応募のあった人々のデータを得る、というやり方もあります。ケータイサイトでは、もっとアクティブにEメールアドレスなどを収集することができます。

また、ある特定の業者さんに限って名簿を入手したいなら、iタウンページがおすすめです。ここでは地域や業種を絞って、かなり多くの項目にわたる情報を入手することが可能です。ただし、そのデータは手入力などによってエクセルへ移行しなければならないのが難点ですが、DMも大量にまとめて送るのでなければ、順番に少しずつ活用していけばよいわけです。