

例えば、こんなシーンでメール配信♪

年間を通してお客様に届けたい情報はいっぱいあります。メールならタイムリーに配信可能です。

年間行事・イベント ↓ 年間販促計画

【年間行事】

- 1月 正月・成人式
- 2月 バレンタイン
- 3月 ひな祭り・ホワイトデー・卒業
- 4月 入学祝・ゴーストウィーク
- 5月 こどもの日・母の日
- 6月 父の日・梅雨
- 7月 七夕・お中元
- 8月 夏休み・お盆
- 9月 敬老の日・秋祭り
- 10月 運動会・ハロウィン・秋の行楽
- 11月 七五三・文化の日・お歳暮
- 12月 クリスマス・忘年会・年越し

【店舗イベント・販促企画】

- 開店周年祭
- 店長・スタッフ・新人の紹介
- 日替りキャンペーン
- 週替りキャンペーン
- 月替りキャンペーン
- 春・夏・秋・冬のバーゲン
- 決算セール
- お中元・お歳暮・お年賀・お年玉
- 暑中・残暑見舞い
- アンケート実施
- プレゼント企画
- モニター募集
- アルバイト募集

一斉メール配信

【販促計画を立てて、メール配信！】

- イベント・キャンペーン・新商品・新サービスのお知らせ
 - 会員限定サービス・先行予約受付のお知らせ
 - アンケート・プレゼント企画
 - 暑中・残暑見舞い・年賀メール
- ## 【こんなとき、タイムリーなメール配信！】
- タイムバーゲンセール
 - 悪天候や、突然の雨で客足が鈍いとき
 - 賞味期限間近の商品や在庫を処分したいとき
 - 大会やスポーツの勝利・優勝・お祝いのとき
 - 時事ネタ・地元ネタに連動したキャンペーンなど
 - 臨時休業・営業時間延長のお知らせ
 - 予約満席・空き時間のお知らせ
 - 予約キャンセルが発生したとき

【年間販促計画⇒実施⇒効果測定⇒改善】

■ 基本週1回のペースで配信■

属性メール配信

【宛名差込で特別感を演出しましょう！】

- 会員登録月・日の期間指定による特典サービス
- 誕生日・誕生日のお祝いメール・特典サービス
- 男性・女性別の特典サービス
- 年代別の特典サービス
- エリア別の特典サービス
- 職業別の特典サービス
- 来店回数・頻度による特典サービス
(会員のランクや属性による別々のサービス)



メール会員へ



リピート客を増やす一番の方法は、「きっかけ」を増やすこと

いくら顧客満足度を高めても、人の短期記憶は3日で消えてしまうので、忘れられると来てくれません。だからメール配信などで「きっかけ」を増やすことが大切なのです。



比べてわかる！【メールリンク】の費用対効果のすごさ！

リピーター対策の販促手法として、「DM・電話・ケータイメール」を1000人に週1回実施した場合。

【顧客1000人にDM】

【年間コスト】

印刷・切手代 1枚100円×1000人=10万円
週1回(月4回)郵送で、10万円×4回=40万円
年間だと、40万円×12ヶ月=

480万円

【1回あたりの所要時間】

制作2時間、印刷5枚で1分=1000枚で200分

約5時間

【顧客情報獲得】

店舗側で、名前・住所を取得する手間がかかる

運営が面倒

【顧客1000人に電話】

【年間コスト】

通話料(携帯) 1分20円×1000人=2万円
週1回(月4回)電話で、2万円×4回=8万円
年間だと、8万円×12ヶ月=

96万円

【1回あたりの所要時間】

通話1分×1000人=1000分

約16時間

【顧客情報獲得】

店舗側で、名前・電話番号を取得する手間がかかる

運営が面倒

【顧客1000人にメール】

【年間コスト】

メールリンク利用料金 1000人まで年間3万円
週1回(月4回)メール配信 → 配信回数無制限
年間だと、

3万円～

【1回あたりの所要時間】

メール作成10分。あとは配信ボタンを押すのみ

約10分～

【顧客情報獲得】

お客さまが自ら登録するので、店舗側は手間いらず

運営が手軽