

「DM は送るのにお金がかかるので DM は考えていない」という方に無料で DM を送ることができる方法をお伝えします。

メールの到達率やトラブルが多くなり紙媒体でのお客様との連絡は重要になるとともに増えています。

その前に DM を送っていなかったために大きな損失を招いた実例を紹介します。

1 大きなミス

A 社は A 商品を納品していましたが A 社は B 商品も扱っていました。

B 商品はライバルの B 社が納品していました。

A 社でも B 商品を扱っていました。

ある時 B 社の B 商品でトラブルが発生し購入先を変更することになりました。

そこで取引先の会社は B 商品を扱っている会社を調べ C 社 C 社と D 社を探し競合させ D 社に B 商品を注文してしまいました。

その時に取引がある A 社には声がかかりませんでした。

A 商品を納品している A 社も B 商品を扱っていたのですがお客様は A 社が B 商品を扱っていることを知りませんでした。

のちに D 社の納入価格が B 社よりもかなり高いこともわかりました。

このような例が知らないところでおこっています。

お客様に自社商品を知っていただくことが大切です。

そのためにもお客様とは接触回数を増やし自社商品のことを何度を知らし認知していただく必要があります。

営業がお客様と直接話すことが一番ですが、ことあるごとに DM やニュースレターで認知してもらうことが安上がりで効果的です。

そのためにも無料で DM やニュースレターを送る方法を知ってください。

2 離脱率を 12%減らした例

新規顧客獲得は重要ですが実は離脱顧客を減らすほうが効率的なことをご存知ですか。

顧客流出を 5 %減らせば 25 %の利益が増えるといわれています。

実際には毎年顧客流出 30 %ぐらいは通常あるといわれています。

業種や業態により違いはあると思いますが顧客流出はどうしてもおこります。

ニュースレターを出し続けている会社に顧客流出率はどれくらい改善しましたか教えていただいたことがあります。

この会社では**ニュースレター**を止めることは怖くてとてみできないそうです。

理由は**顧客流出率が 12%も減っている**からです。

やはりお客様とのコミュニケーションはとても大切です。

そこで今回の無料で DM を出す方法についてですが
結論としてはお客様に送る荷物の中に同梱するということです。

具体的には

- ・**発送商品（箱の中）**
- ・**請求書（封筒の中）**

に入れることです。

反応率を上げる方法として

長 3 サイズの透明封筒や紙封筒に別途資料を入れて同梱することをお勧めします。



株式会社メディアボックス

豊田 昭