通販ビジネスをサポートする広告制作会社
For Lady NEWSLETTER
フォー・レディー ニュースレター
vol.8
Renewal 新創刊！

TOPICS

デジタル時代だからこそ「紙」が効く！

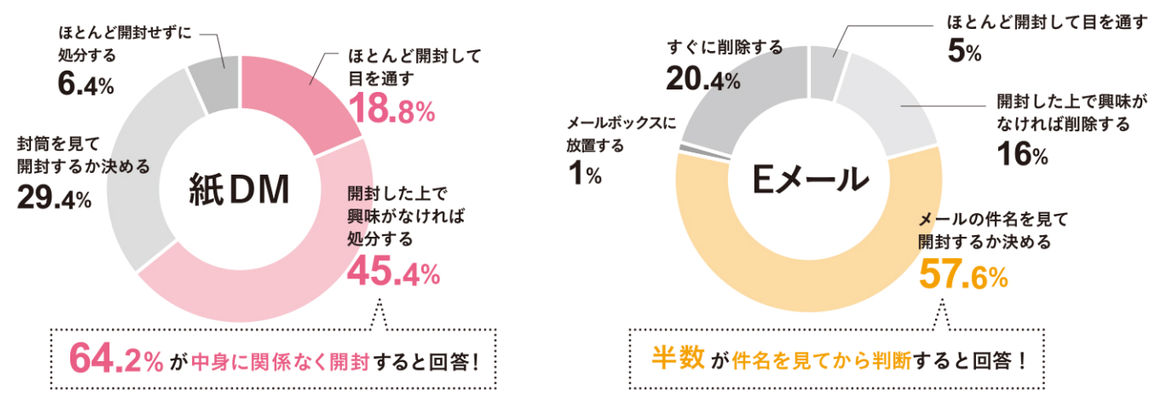
お客様へのコミュニケーション手段、何を使っていますか？
スマホの普及や用紙代高騰などを理由に、デジタルに移行している企業も多いと思います。
しかし、意外にも「紙 DM」の方が効果があるという結果が！ その理由を探ります。

自分宛の紙DM開封率は 約79％！ 使い方次第で紙のツールは強力な武器になる

オンラインを通じたデジタルコミュニケーションが主流となった現代。DMや会報誌といった紙の広告ツールの効果に、疑問をもっている方も多いかもしれません。**実際に紙 DMの開封率を調査したデータを見てみましょう。それによると、自分宛に届いたDMにおいては、79.4％も開封されているという結果が！** Eメールの開封率が1～2割なのに比べると驚異的な数字です。

とはいえ、昨今の用紙価格の高騰を考えると、広範囲に大量に送るという運用は難しいのが現実。**では紙のDMは、どんなときに使うべきなのか？ どうすれば効果が出るのか？ 紙の広告ツールを多く手掛けるフォー・レディーが解説いたします。詳しくは中ページへ。**

「紙」と「Eメール」、DMを受け取ったときの違い



N=500 ※日本郵便株式会社自主調査より

「紙」だから伝えられる五感に訴えかけるメッセージ

Eメールなどのデジタル情報と異なり、質量をもった「物質」である紙DMは、手触り、重さ、形状、開封するときの動作を通じて、受け取り側の五感に働きかけることができるのが特長。内容を通じて受け取った情報は、深くふかく脳や印象情報につながります。

では感覚に訴えかけるDMを作るには、何に気を配ったらよいのでしょうか？ **まずは形状。**一般的なサイズのハガキや封筒だと、他の郵便物に紛れてしまう可能性があります。型抜き加工や変化をやさしい工夫程なら、ポストから取り出したときに「オッ！」と目を引くでしょう。**紙質や厚さも大事**です。例えば誕生日特典を同封したバースデーDMなら、パール加工やPP加工の用紙、厚みがある紙などで豪華に。プレゼント感が高まり、「自分は特別扱いをされている」という気持ちになります。Eメールなどと比べて、カラーシュチルな印象を与えることができるのが紙DMのいいところ。その特長を活かして、うまく使いたいものです。

通販化粧品こそ「キレイになりたい」を盛り上げる「紙DM」が効く！

私たちフォーレディーは通販化粧品の広告ツールを多く手掛けていますが、最近は「予算がないので紙DMはよめます」と言われることも。しかし**化粧品は、女性が「キレイになりたい」という気持ちをキープ**する必要がある商材。**五感に訴えることができる「紙」を上手く活用すれば、より深くお客様の心を掴むことができる**ので、「もったいない！」と思うこともしばしばあります。

もちろん用紙代や印刷費を考えると、ターゲットとツールは厳選する必要があります。紙DMは発送数に応じ増えるコストが掛かりますが、狙ったターゲットには響きやすいため、**新規開拓や顧客囲い込への相乗効果**など、「ここぞ」というタイミングで投入することをおすすめします。

紙DMのメリットとは？

開封率 が高い	特別感 を演出できる	保存 しやすい	印象 に残りやすい
封筒開けるとりあえず開けるというふが多い	サイズや紙質、加工次第でスペシャルな一通に	手元に残して見返したい・使用方法の説明などに最適	「物質」として手に残ることでデジタルより記憶に残る

紙ツールのお悩み for Lady が

紙DMに関する悩みにお答えします！

Q 紙DMを作りたいけど、コストが高いからと予算がでません！

A For Lady 送る対象をきちんとセグメントして、効果測定しましょう

紙DMの場合、安く作って大量にバラまくという効果では費用対効果が見合いません。ある程度の反応率が見込める顧客層をセグメントして、まずはかかってテストをしましょう。反応が見込めるとわかったら、予算をプリやすくなるはず。コストがかかっても、それを上回る効果がはねるように、費用の設計を下準備やることが対応です。

Q 「紙DM」と「メルマガ・LINE」と、どちらから手をつけるべき？

A For Lady 両方同時にやりましょう！ 紙とデジタルを組み合わせることで相乗効果が！

両方を組み合わせた施策を実施したことで、相乗効果があったというアンケート調査があります（下の表を参照）。確実に手に取ってもらえる時間を活かして、デジタルへ誘導する、DMを送った後にリマインドとしてEメールを送るなど、紙とデジタルでお互いを補完していくことが対応です。

フォーレディーの提案事例

ブランドを商品の理解を深めるツールを充実させることで 定期加入者が急増！

【ドクターメディカル編 お肌のバックケアアイテムセットの同梱ツール】