

ダイレクトメールの効果を“見える化”する。



T-Bridgeのご紹介

DM施策のムダを省く！DMからサイトに誘導することで、顧客の関心度を見える化してみませんか？

01. はじめに

02. T-Bridgeとは

03. T-Bridgeの効果的なメリット

04. T-Bridgeで出来ること①

05. T-Bridgeで出来ること②

06. **使用例** DM販促費用の見直し

07. **使用例** 新規獲得フォローコール用DM

08. **使用例** DM費用対効果テスト

09. 反響率を上げる施策例

10. 制作・集計フロー

11. よくあるご質問

12. お問い合わせ

System



Analytics

新商品紹介・イベント集客・サービス提案・SNSなどへのフォロー率アップなどのためにDMを送る際、ターゲットを絞らずに同じような内容で何度もばら撒いていてもなかなか効果は上がらず、無駄にお金をかけているだけの状態になってしまう場合があります。せっかく作るなら、**継続的に効率よく効果が上がるDMを作りたい**ものですよ。

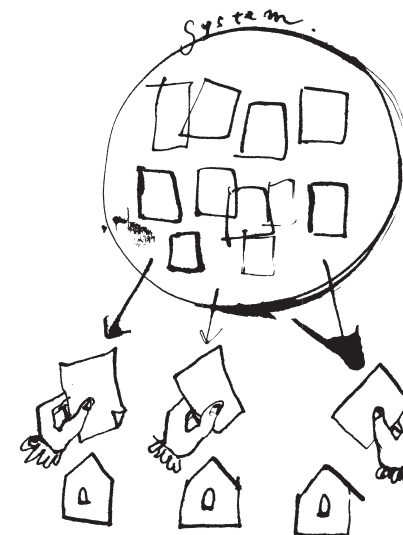
「DM施策にどのくらいの効果があるのか知りたい」

「効率よくターゲットを絞ったPR活動がしたい」

「顧客が何を求めているのかを知りたい」

私たちは、その声にお応えするために

DMの効果を“見える化”する、**【T-Bridge】**をご提案します。



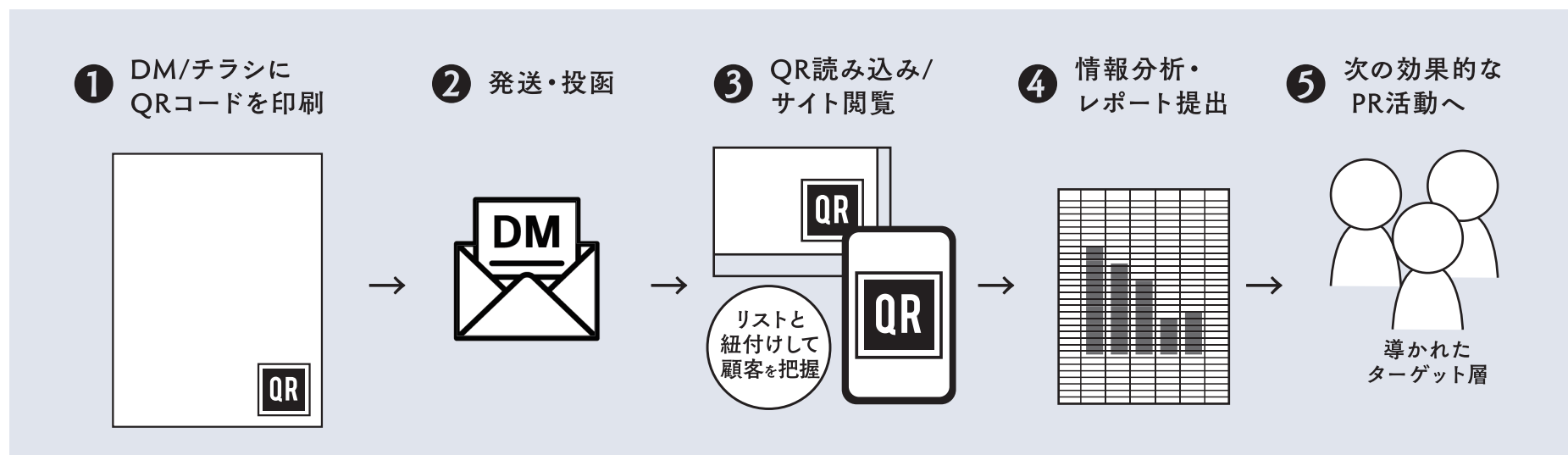
02. T-Bridgeとは

T-Bridge とは？

販促DMに、分析用URLを当てたQRコード[※]を配置。

分析用URLに顧客情報を紐づけることで、顧客ごとの反応を把握できます。

※「QRコード」は株式会社デンソーウェーブ様の登録商標です



調査で導かれた見込み客(ターゲット層)に向けて、次の施策を行うことができます。

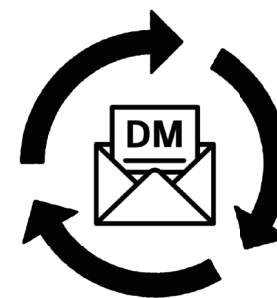
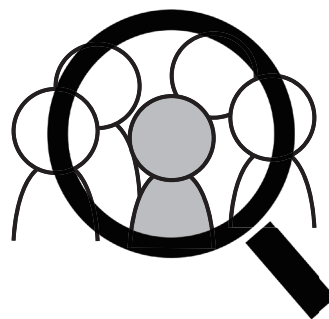
03. T-Bridgeの効果的なメリット

T-Bridge には、効果的な3つのメリットがあります。



効果的な
メリット!

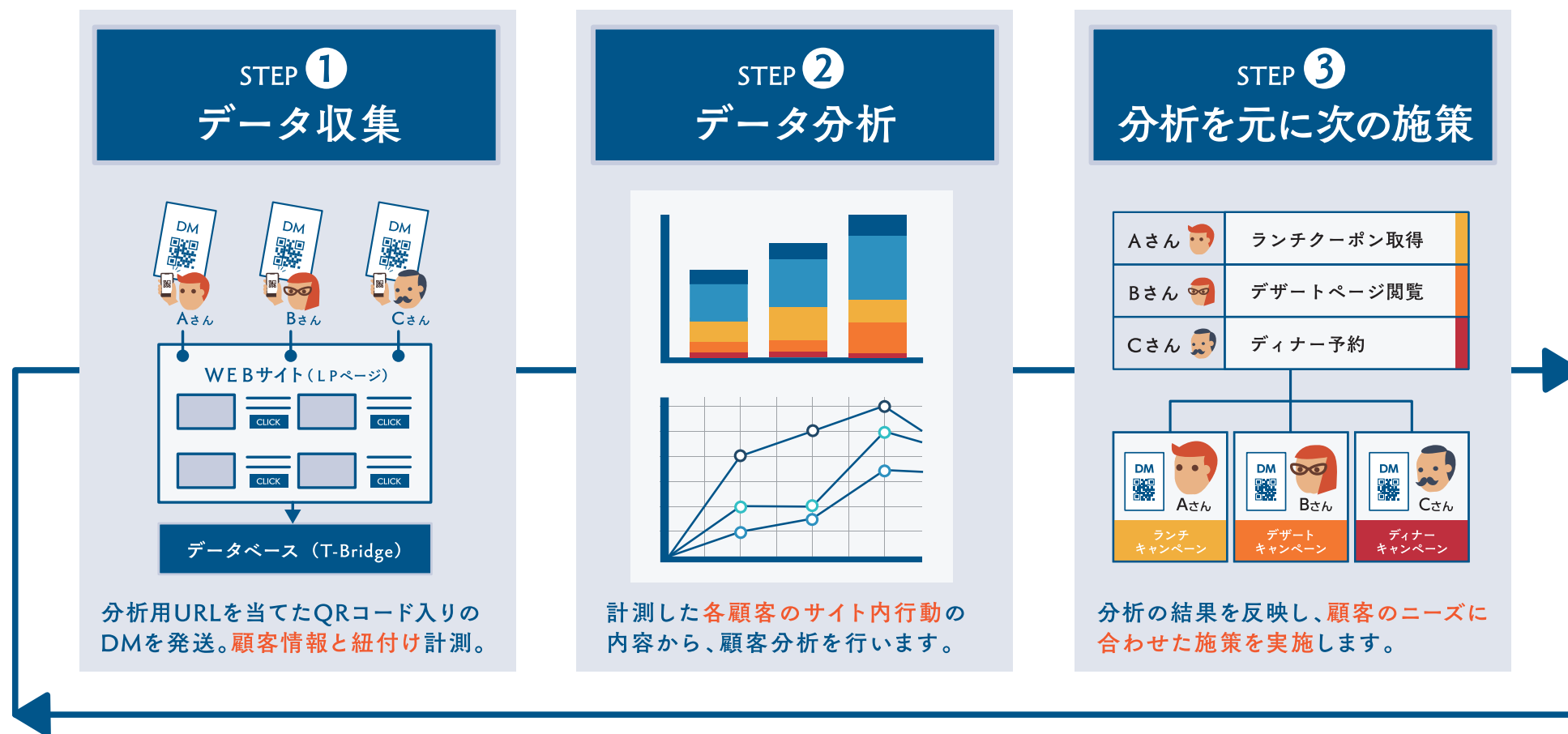
- 1 DMの正確な反響率がわかる!
- 2 見込み客(ターゲット層)を把握できる!
- 3 DM発送後の次なる施策づくりに役立つ!



BENEFIT

04. T-Bridgeで出来ること①

T-Bridgeは、継続的なDM施策の実施と見直しによるDMの最適化を可能にします。



STEP ①～STEP ③を継続することで、施策内容が改善され続けます。

05. T-Bridgeで出来ること②

DMの効果測定に特化した **T-Bridge** では、**4つの項目を中心に集計**します。

① QRコードの読み取り件数

② 見込み顧客情報

③ WEBサイト内の回遊情報

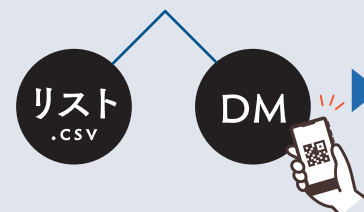
④ デザイン別／エリア別の反応率

／わかりやすい！／
**シンプル
設計**

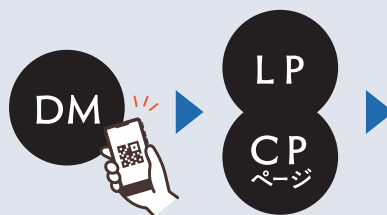
アクセス件数を集計



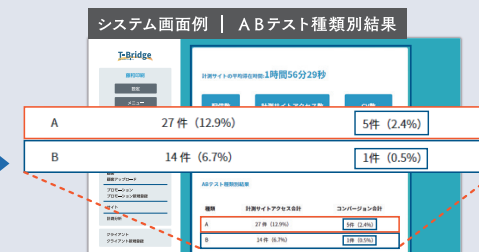
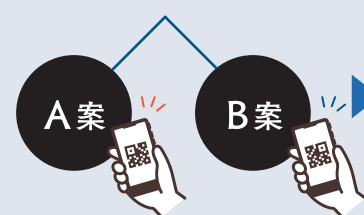
リストと紐付けし、個別評価



アクセス後の行動を評価



それぞれのアクセス数を集計



06. 使用例A：DM販促費用の見直し

● 自動車ディーラーの場合

目的	現在実施しているDMの費用対効果を明確にし、販促費用の見直しをしたい。
手法	WEB・DM・お問い合わせのどこから注文が来ているかを切り分けるために、 T-Bridgeの計測 でDMから単体の問い合わせ件数のみを抽出した。

① DM発送

② QRの読み取り件数・CV件数を計測

③ 販促施策の見直しを実施



ターゲットを無作為に選定し、DMを発送していたが特定の層しか反応していなかったことが判明。次回以降の施策ではターゲットを絞り販促費用の削減を実施した。削減した費用で別の施策を実施し、新たな売り上げの山を作り上げることに成功した。

07. 使用例B：新規獲得フォローコール用DM

● 不動産業界の場合

目的	モデルハウス見学会の応募・予約件数を増加させたい。
手法	保持している顧客リストに対しDMを送付。 T-Bridge 上でDMにアクセスした“見込み顧客リスト”を作成し、フォローコールを実施。

① DM発送



② T-Bridgeで見込み顧客抽出



③ 見込み顧客へフォローコール



初回にDMを送ってからアクセスした人のみへフォローコールを実施したため高めのレスポンス率を達成でき、同時に業務の効率化までをおこなうことができた。

08. 使用例C：DM費用対効果テスト

● 不動産業界の場合

目的	最も費用対効果の高いDM施策を運用したい。
手法	仕様違いでDMのABテストを実施、それぞれのDMの反応率を計測し、反応率と制作費用から費用対効果を算出して効率の良いDM仕様を模索した。

① DM発送



② 仕様・デザイン別のABテストを実施



③ 費用対効果の高いDMを継続



仕様別でテストしたところ、A4サイズの方がA3サイズのDMより反応率が高かったことが判明した。
紙面が少なくても【反応率が高い＝費用対効果が高い】として、次回も同じ仕様で継続して実施することにした。

09. 反響率を上げる施策例

● クーポン券などの特典をつける

魅力的な特典をつけることで、反響率を上げることができます。
スクリーンショット型のクーポン券ページにするだけでなく、
DM配布後の追加訴求や、商品サイトなどへのリンクを貼ることも可能。**工夫次第でさらなる販促にも繋がります。**

※クーポンには有効期限をつけておくことをオススメしています



● QRコード先を動画にする

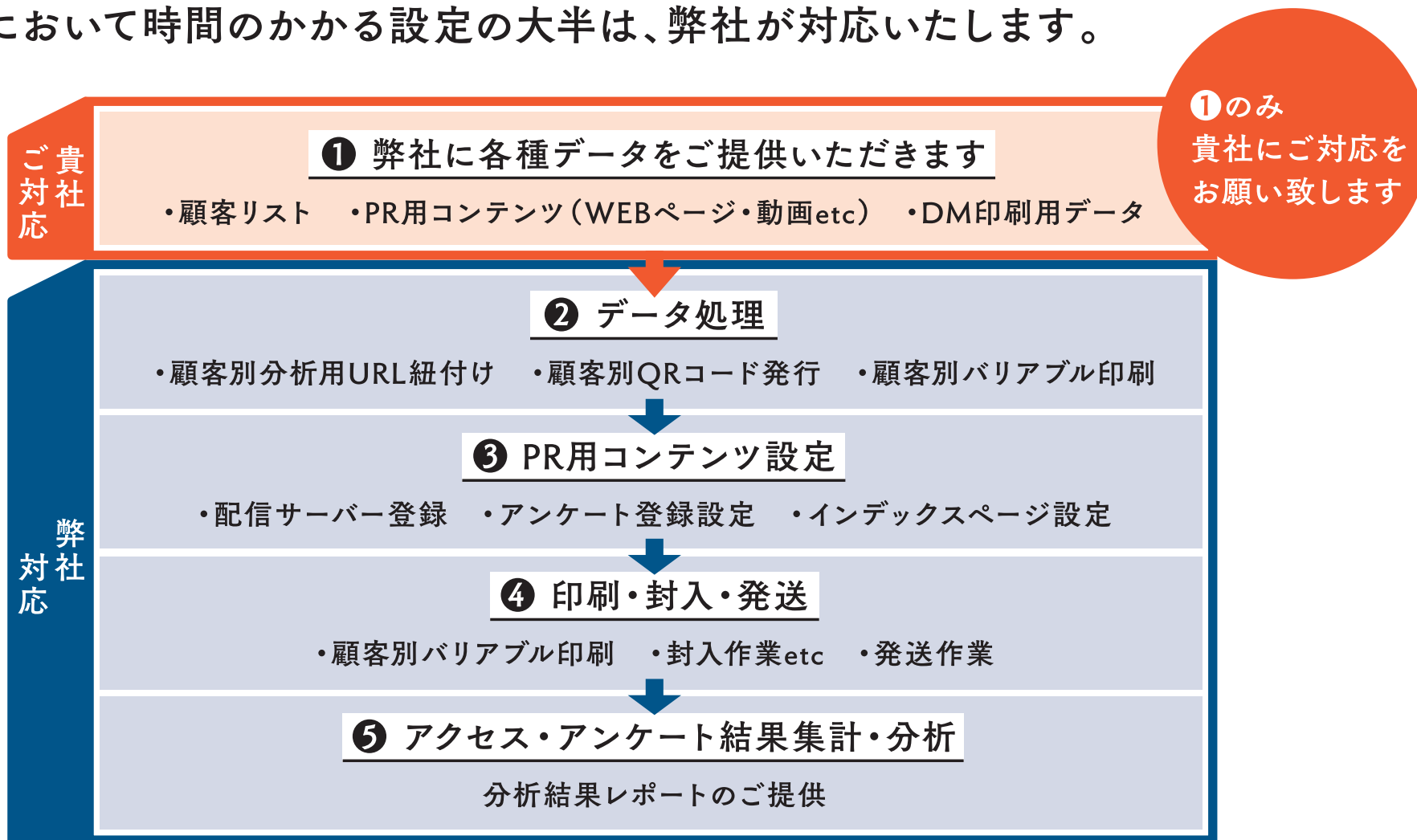
動画にすることで、企業イメージ・
商品イメージ・イベントイメージなどを
わかりやすく魅力的にお伝えすることができます。
動画視聴後、アンケートに移行します。



※動画の長さは30秒程度、200MB程度でお願いしています

10. 制作・集計フロー

計測において時間のかかる設定の大半は、弊社が対応いたします。



11. よくあるご質問

● システム使用料はいくらですか？

初期費用・月額費用ともに無償で提供しています。そのためスポット案件だけのご利用も可能です。

● DMに付与するQRコードは1度に何種分まで作成できますか？

上限はございません。何種でも作成可能です。

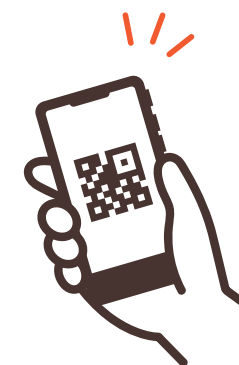
● QRコードは何を使って読み取ることができますか？

スマートフォンやタブレットなど、QRコードを読み取れるツールやアプリがあれば読み取り可能です。

● レポートの項目は自由に変えることができますか？

システム上で計測できる項目であれば変更可能です。

取得可能な項目の詳細は、実施の際に弊社スタッフが直接ご説明いたします。



12. お問い合わせ

●T-Bridgeについては下記までお気軽にご相談ください。

お問い合わせ：株式会社藤和（営業所）

東京都新宿区天神町6番地 Mビル2F

TEL:03-5228-2351 WEB:<https://towaprint.com/>

WEBサイトの
フォームより
お問い合わせ
ください。

