

## Q. コンタクトDM実施の目的をお教えてください

- ・自社の商品を、新規の見込客に認知させるため
- ・表彰制度の認知拡大及びアワードエントリーの促進
- ・見込み客の獲得
- ・オンラインセミナー集客
- ・オンラインセミナーの集客
- ・新規顧客の開拓のため
- ・自社主催のセミナーの集客  
(オンライン・会場同時開催)
- ・セミナー集客
- ・弊社製品の見込み客へのアポイント獲得
- ・自社サービスの集客
- ・自社パッケージの拡販
- ・新規顧客(見込み客)開拓
- ・代理店募集
- ・製品・サービス紹介、リード獲得
- ・セミナー募集のため
- ・自社で行うオンラインセミナーの集客
- ・自社サービスのPRのため
- ・自社セミナー集客
- ・商品販売サイトへの集客
- ・自社サービスへの引き込み

## Q. コンタクトDM実施前に抱えていた課題や悩みがあればお教えてください

- ・郵送ダイレクトメールが中心だったが、制作・印刷・発送のコストが高いこと。
- ・人的リソースが限られていたため、短期集中でのコンタクトDMは、自社のみでの実現は不可能だった。
- ・郵送やFAXによるDMでは、本当に読んで頂きたいターゲットになかなか到達しない。到達する前にそれを最初に手にした人の判断で廃棄される可能性が高い。
- ・短期間でより多くの会社にコンタクトできなかった(1件、1件手入力するのに時間がかかる)。
- ・オンラインセミナーを初めて開催するにあたり、どう集客・告知したらよいか。
- ・今までの手法でリーチしない顧客(適切な属性の)に届けたい
- ・自社でフォーム送信をしていたが、リソースが足りない
- ・人材を必要としない営業方法を探していた
- ・パッケージの拡販方法
- ・新たな新規開拓手法を模索中
- ・代理店開拓の方法を探してた
- ・特定の業界へのざっくりとした反響調査を行う手法がなかった
- ・新規顧客獲得のため
- ・企業様の問い合わせフォームに営業メールをお送りすることの抵抗感がありました。
- ・緊急事態宣言時の郵送DM

**Q. どのような商品サービスの営業販促にコンタクトDMが使われたか教えてください**

- ・中堅・上場企業の広報に向けた、Webやパンフレットの制作物
- ・表彰制度の認知拡大及び集客
- ・内職(手作業・軽作業)請負いサービスの告知
- ・DTPサービス
- ・配信スタジオ
- ・手袋
- ・介護経営セミナー
- ・キャンピングカー販売代理店の代理店開発(事業説明会)
- ・プロジェクト型ERPシステム
- ・デザイン制作サービス
- ・温浴施設向け売上管理システム
- ・オフィス用品通販
- ・MEOサービス
- ・データ復旧サービス、データ消去製品
- ・ワーカーズプロのセミナー案内
- ・営業研修
- ・ストレスチェック

**Q. 実施の決め手になったことがあれば教えてください**

- ・コストが安いことと、手間がかからないこと。
- ・PR活動を弊社が代理実施したため、人の目で確認して頂く点は、信頼でき有難いと感じました。
- ・かねてより貴社よりリストを購入していたお付き合いの中で「コンタクトDM」を貴社でも扱っていることを知り、発注することに至った。
- ・フォーム集客での反応をテストしてみたかったため
- ・営業さんの営業力
- ・人の手による確認、入力が行われていること。
- ・信用と信頼
- ・フォーム送信アプローチ件数を増やす方法を探していた
- ・費用
- ・営業さんの対応
- ・営業担当の方に柔軟にご対応いただいた(リスト調査段階で)
- ・試してみようと思った
- ・目視で確認されていて、丁寧という点。素人を相手に大変丁寧に快くご対応いただいた点
- ・リストの調整を柔軟にご対応いただけたことや、自動送信ではない点
- ・スピード感