

28.5 号外 リピーターを逃がさない

ある店舗や、ある業者の利用をやめた方へのアンケート調査によりますと、その理由の一番は「おざなりにされているから」「放っておかれているから」というモノでした。

これを逆手に取りますと、頻繁に気にかけているという状態にすれば、リピーターが定着するという事になります。

ネットショップの世界では、それはメールマガジン等に該当します。

少し脱線しますが、ある学者の説によりますと、直接会うだけでその相手に好意を抱き始めるが、信用して相手との商談が成立するには、6~7回ほど会う必要があるとのこと。確かに、敏腕なセールスマンでも1・2回会っただけでは、商談は成立しません。弊社の制作サービスに関しましても、直接の商談までの間にメールでのご挨拶や、ご提案資料、電話でのやり取りを入れて考えますと、契約成立まで5回以上のやり取りを行っている場合がほとんどです。

店舗の商品を買う際にも、初見でいきなり飛びつくのは稀で、お目当ての商品を買い物カゴに入れておいて他社と比較検討を何回かした結果、購買に結び付きます。

やはり、回数が多ければ多いほど、信用や親近感が増すというのは定石のようです。

続いて、ご自身がネットショップで商品を買う際に、どのように買っているかを想像してみてください。おそらく有名店でめばしいものを買い物カゴに入れ、ネットで「価格.com」の安いところを見に行き、値段と品番、送料で比較検討して買っていませんか？他にも一緒にこれも買えるから、送料から考えてこっちの方が得だし・・・と。このような買い方をした場合、一ヶ月後に、その商品を買った店がどこだか思い出せるでしょうか？

多くの方がこのような買い方をしているのが現実です。せっかく「初めての商品購入」というハードルを越えてきたのに、戻ってこないのでは、もったいないです。

そこで

メルマガや 個別の挨拶メールで思い出してもらい必要があるのです。だからと言って、あまりにもジャンジャンバリバリ メールをストーカーの如く送りますと、イラッとしたお客様の手により「迷惑メール行き」になりますので

28.5 号外 リピーターを逃がさない

- ・頻度
- ・メリット
- ・内容

に注意して送るようにしてください。

人は覚えたことの 77%を 1 週間の中に記憶として呼び戻さずに、忘れていく記憶エリアに分類するそうです。このことから、10 日以内ぐらいに一度、何かしらの案内や挨拶があると効果的であることがうかがえます。二度目には以前よりも記憶が定着しますので

最初は買い物から 1 週間以内に一通

次は二週間以内に一通

次は四週以内に一通

後は一月以内に一通

これくらいのペースか、それ以上でメールを送りたいところです。

「珍客も長いに過ぎれば嫌われる」「過ぎたるは及ばざるがごとし」という昔の偉人の言葉を忘れずに、頻度と内容を吟味して送るようにしてください。

内容についてですが、明らかに定型文であったり、店舗の商品の売り込み情報のみですと、興味をなくします。そこで、世間話や一言日記のように「最近あった出来事などを文章の初めに織り交ぜる文章構成」をお勧めいたします。

回数が増えるたびに、店舗やスタッフに対して親近感が沸いてくるようなメールを心がけてください。

28.5 号外 リピーターを逃がさない

●楽天のメルマガについて

RMS で簡単にメールを制作して送付ができるのをご存知でしょうか？

ウィジビグという、HTML 技術を用いずに、普通の文章でブログや E—メールのように書くことができるツールが用意されています。

こちらは、少しコツと言いますか、癖があるので、最初に業者依頼でお好みのテンプレートを作ってもらい、その商品の画像と情報を自分で書き換えるといったようにすれば簡単にメルマガが送れるようになります。

エレクアライズでもメルマガのテンプレートを制作するサービスがありますので、ぜひ一度ご相談ください。どのように作られるのかにより値段が変わりますが、おおよそ 10,000 円～となります。

～2016 年 1 月現在の裏情報～

ある店舗様で店舗担当のコンサルタントから「メルマガの送り先を購入しませんか？」と誘いがありました。実際にその店舗様ではそのメルマガの送り先を購入しました。

こちらは実際のメールアドレスが買えるのではなく、RMS のメルマガの送り先が 2 万軒ほど追加されていたとのことでした。

この送り先は、複数店舗で共有しているようなので、他の店舗様のメルマガで配信停止を押されると自店舗の送り先からも削除されるといった方式でした。

他にも直接買うのではなく、楽天の広告を買ったら、特典としてメルマガの送り先アドレスを追加するといったお話もありました。

以前よりもメルマガの効果が落ちているとはいえ、やはり直接届くというのは非常に押し強いセールスとなります。

●エレクアライズのポスティング広告について

エレクアライズでは、紙物により、楽天の店舗・商品を紹介するポスティング広告をおこなっております。楽天内で露出が難しい場合に、お客様の入口を増やす方法として、ポストに直接届けてしまおうといったものです。

弊社のポスティング担当が、ターゲット層を分析してどの地区に配ることがその広告の商品やイベントに最適かを分析して、ターゲット地区を決定します。

例 東京西多摩地区 1 万軒へのポスティング 60,000 円(税別)

※デザイン費・ポスティング費込となります。

※配布地区により金額が変わります。