

# 効果的なDM活用事例 ～ Webとの連動

発送元：嗜好品メーカー

対象：過去のキャンペーン応募者などから抽出

目的：新製品(高付加価値商品)の周知

内容：小冊子の送付 サンプル請求 サンプル発送というステップを設定。サンプル受取者のみがアクセスできるWebサイトを用意し、試用者の声を収集。さらにWebサイト経由限定のクローズドキャンペーンも実施。

効果：DM発送後、売上が伸長。

質の高い顧客の声を収集。

月刊『アイ・エム・プレス』2005.2月号より。