



= 成功には共通点があった！誰でもDMで儲かる3つのコツ =

*Ceon.LLC Fax Dm Infomation*



**国内最大級約800万件1200業種法人データベースのFAXDMサービス**

<http://www.ceon.co.jp/>

# 新規開拓コストは既存顧客維持コストの5倍かかります

## なぜ、この資料を手に取りましたか？

こんな事を考えた事はありませんか？

「不況に対応した**安価に儲かる広告**が欲しい」、「**新規開拓する術がない**、既存顧客に提案するネタがない」、「既存事業では厳しく、何か始めないといけないと**焦っている**」…

この度は資料請求・ダウンロードして頂きありがとうございます。忙しい間をめてこの資料を読まれる方は、「新規開拓に本気で取り組みたい」や「広告で効果を必ず出したい」と考える非常に有能な方です。

弊社のFAXDMは経営コンサルティングの現場で、「**費用をかけずに儲ける方法は無い**か」というお客様の要望に対応するため、低コストで費用対効果の高いFAXDMサービスを開始致しました。そしてこのサービスもお客様の間で口コミで広まり、中小・個人企業様から上場企業様まで数々のお取引が生まれました。今では新宿の都庁の目の前にオフィスを構えるまでの事業に成長いたしました。

また最近では、書籍やインターネットにも数多くの新規開拓のノウハウや、情報が溢れています。しかし一番大切なのは、「**応急処置的なテクニック**」や「**一か八かの裏ワザ**」ではなく、「**確実に効果を得られる方法**」です。確かに世の中に100%成功する広告という物を作るのは難しい事です。しかし、100%に近づけて行く事は可能です。弊社は、経営コンサルティングの現場で使われている理論やGISなど、最先端の技術<sup>①</sup>を無償でFAXDMサービスへ取り込んでいます。

そして「**新規開拓コストは既存顧客維持の5倍費用がかかる**」とされています。

広告はコストがかかります。だからこそ、「**低予算で確実に**」儲からなくては行けないのです。広告の中でも「FAXDM」は、**ダイレクトにキーマンに到達する**という特徴から、特にレスポンスが高いとされています。そして膨大なターゲットを瞬時にかつここまで低コストに開拓出来るのはFAXDMだけです。

「商品には自信がある」、「お客様の笑顔が何よりも嬉しい」、こんな思いのある方なら必ず成功出来ます。それでは成功事例や配信実績から導かれたノウハウをご提供致します。



## まだ、ムダ金を広告予算に使いますか？



### 儲かる広告の共通点

#### なぜ、広告で失敗する人が多いのか？

世の中に広告しない企業はありません。必ず、何かしらの告知手段を持って社会に名前をだし、「顧客獲得」を行います。つまり広告とは、企業の営業活動の「原点」と言える訳です。そしてその広告には、「儲かる広告」と「儲からない広告」の2つがあります。

「儲からない広告」とは、「ほとんど反響のない広告」の事です。会社のイメージアップなどを意図した「環境広告」や、ほとんど字の無いイラストか写真ばかりのカッコいい広告です。こういったものは即時の反響も無く、この広告でいくら還流しているのか予測もつきません。

制作側としては、カッコいい広告を作りたいものですが、実際に見やすくてきれいなDMは、受け手からすれば瞬時にチラシと認識できるので、早い拒絶反応を生みやすくなります。



#### 儲かる広告、儲からない広告の違い

「儲かる広告」とは「原稿」、「リスト」、「特典」の3つのポイントを抑えた広告です。「裏ワザ」、「ノウハウ」などが書かれた書籍や媒体が多数ありますが、それは結局は「応急処置」的な対策があるだけで、売る商品・環境・タイミングによっても、大きく反響が左右されてしまう物です。

しかしこの3つのポイントは王道であり、DMを行う上では最も重要なコンテンツとして知られています。現代において広告を目にしない日は無い程、広告が溢れる世の中です。「信じられない程の反響」や、「1%以上の反響で通帳がドル箱の様に溢れる」・・・なんていう事は、そうそう簡単には起こりません。反応率は0.1~0.3%、良くて0.5%ぐらいです。

しかし、この3つ+@でその理想に近づけて行く事ができます。

原稿

特典

リスト

# FaxDmを成功に導く 3つのコツ



## 文字は多い方が良い

DMは受け取って「3秒で捨てるか、読むか」決められます。イラストや写真が多く、華やかな広告の方が確かに見た目は良いです。しかし、受け手は「広告」とわかった瞬間、「売り込み」に対して拒否反応を示します。

広告とは、「顧客としての見込みがある人を探し、見込みの無い人を除外する作業」です。興味があるのに、文字を読み込まないのは「見込みがない」からです。

本当に「欲しい」と思っている人は、情報に飢えています。受け手は「問合せ(行動)」をして、資料などで詳細を知る事で「行動を正当化する(思考)」のです。

原稿  
30%



特典  
30%



## 安売りではなく、お得感を

「安くて良い物」というのは売れます。しかし、広告で大切なのは儲けるという事です。安易に値引きするのではなく、「いかにして費用対効果を上げていくのか」というのが大切です。

例えば「25%オフ」よりも「3つ買うと1個プレゼント」の方が反応率が高くなるというデータがあります。書き方ひとつで反響も変わります。そして利益も変わります。大切なのは「お得感」です。人間は、「実際に得する事」よりも「お得に感じる」事の方を優先します。「得した」と自分を正当化するために問合せするので。

つまり「安売り」するよりも「お得感」が出る特典を付けるというのが大切です。



## 最適なリストは最高の結果を出す

リストで一番大切なのは、「正しいターゲットに送る」という事です。一口に製造業と言っても、分類上では数百種類の業種が存在します。リストは鮮度や量も大切ですが、一番大切なのは「自社商品の最適なターゲットに送る」と言うことです。

見込みの無い所に送ってもお金のムダです。ターゲット選定は絞込み条件が幾多にもあり、ここはやはりアドバイスを受けながら進めるのをお勧めします。

リスト  
40%

# FaxDmは上場企業で使われている 新規開拓システムです

弊社のFAXDMサービスは、上場企業から中小・個人企業まで多くの企業様にご利用頂いております。TVCMを行うような会社でも、実はFAXDMも行っています。この強力な新規開拓システムの特徴を使い、効果を最大限まで高めてください。

## まずは予算を決めましょう

FAXDMの目的はズバリ「レスポンスの獲得」です。FAXを流しただけでは、ただの案内状です。的確なターゲットを狙い定め、「レスポンスを獲得する」という目的が重要です。基本的にDMで重要なのは「リスト40%」「オファー(特典)30%」「原稿30%」と言われています。そして配信のタイミングも計画しましょう。

## FAXDMの特徴を捉えましょう

FAXDMはダイレクトマーケティングというジャンルに入り、TVCMや雑誌広告などのマスマーケティングとは相反するものであり、特定のユーザーだけに情報配信されます。興味を持っていそうな業種を選び、この特徴を有効活用しましょう。

### DMドラマの進行

- ①FAXDMを受け取る
- ②FAXDMを見る
- ③FAXDMを読む
- ④熟考する
- ⑤決断する

### カスタマー心理

- 「おや、何だろう？」
- 「なるほど・・・」
- 「面白そうだな」
- 「欲しい」
- 「よし買おう」

### 対策

- 興味を持っていそうな業種を選ぶ
- 目を引くタイトルをつける
- 共感を得られる文章を上の方へ
- 無料や限定で需要喚起
- 期間を絞れば更に駆け込み易くなる

特典

## 原稿・送信のポイント

原稿

### 1、日付・曜日設定

→不動産は水曜、小売は月・火・水曜日休みが多いです。キーマン不在の日に送ると反響は弱いです。

### 2、原稿の見出し

→特典を設定する基本は「苦しみから逃れる」表現が良いです。「まだ●●にムダ金を使いますか？」など相手の不満を突いた言い回しが良いです。

### 3、特典の設定

→いきなり知らない人から案内が来ても購買はしません。このFAXを受け取って「ラッキー」だと思われなくてははいけません。必ず特典を付けて下さい。

# FaxDmはリストが「命」 更新頻度・ターゲティング・質が大切です



## 一番重要なポイントは「リスト選び」です



国内には法人が約280万社ほどあります。そして新設される法人は年間約1万件、倒産は年間約1万5千件弱、事業所の移転・統廃合を含めれば年間膨大な数のデータ変更が必要になります。

つまり送信先が曖昧な情報では届かない、違う所に届いてしまうなど、到達率の悪いDMは無駄なコストを発生させてしまいます。

FaxDMも各社様々なサービスがありますが、この「更新頻度」が高いデータを使わないと、「新設・新規移転など成長力・購買意欲豊富なターゲット企業」へ到達できません。また「売上・従業員数・利益・設立年度・資本金」などの詳細にわたるデータも必要です。こういったデータを活用して最適なターゲティングを行う事も大切です。

またエリアに関しては「都道府県」、「市区群」、「町村」まで詳細に分別し最適なエリアを選びましょう。



## 広告とは不要リストを取り除く作業です

FaxDM送信は欧米では普及しているものの、日本ではまだ10年弱しか経っておらず、まだ一般的ではありません。このため未開拓なエリアも豊富で、また新商品やサービス情報をダイレクトに届ける事が出来る特徴から、反響がその他広告より強くなっています。そして何より「特定多数」に絞り込みが可能で、かつ「キーマンに到達しやすい」という特徴があります。

ポスティングも郵送DMも、テレアポも飛び込み営業も、全て入口をなかなか突破できない難しさがありますが、FaxDMなら簡単に事務所の中に入ることができます。

またFAXDMは開封率100%ですから、例えば1万件送ったとすれば、1万人がその情報を見た事になります。もちろんそれだけの数を送れば中にはクレームなどもあります。しかし大切なのは「**広告は顧客だけを抽出し、不要なターゲットを取り除く作業**」という事です。膨大なターゲットの中から見込み顧客を見つけ出す、不要なターゲットを除外するのが広告の目的です。

# FAXDMサービスの特徴

## ぜひ比べてください！このサービスでこの価格！

**クレームFAX  
無料代行受信**

¥0

弊社のFAX番号を配信停止依頼先としてお使いください。配信停止リストはエクセルデータにて無料で納品いたします。

**未着FAX  
全額返金**

¥0

到達しなかったFAXDM料金は全額返金、お振込み致します。

**企業リスト  
無償提供**

¥0

送信先のリストは全て無料で納品いたします(プランによって納品データ形態が異なります)

**宛名・差し込み  
印字無料**

¥0

宛名・差し込み印字は全て無料で自動印字致します

### FAX料金

配信単価 **7円/枚**

基本料金 ~~10,000円~~ →

**無料**

(5,000件未満5,000円)

**FAXリスト料金**

**5円/件~**

(社名、FAX番号などリスト提供範囲は抽出条件によって異なります。詳しくはWEBをご参照ください)

# 上場企業から中小・零細企業まで、御社のマーケティング部として

私はCreate The Vision～心を創り未来を創造する～という経営理念を掲げ、マーケティング機能を持たない中小・零細企業の為の販売促進部となるべく弊社を設立いたしました。設立当初は世界的大不況など様々な難題の影響もあって大変な苦勞を致しましたが弊社も多くの皆さまのご支援の下、一定の事業基盤を整えることができました。新規開拓とは営業戦略の中でも最も難しく労力のかかるものです。テレマ、ダイレクトメール、とびこみ営業など様々な手法がある中で、最も低コストに高いレスポンスを上げるものがFAXDMとなります。

大手法人データ会社、通信会社様と数社業務提携などを実現し、従来使う事の出来なかった日次更新されている元のソースデータを利用可能にし、低価格に新規開拓できるサービスを開発致しました。また弊社独自のCMS(シーオンマーケティングシステム)、GIS(地理情報システム)などITの新たな活用により、どこに顧客がいるのかがわかるFAXDMを開発致しました。「不況・逆境の時こそチャンスである」と考え、共に喜び、共に挑戦し、共に成長を続けてこそ弊社の歩む道であると考えております。本気で新規開拓をしたい、商品の販路を開拓したいと思っていられっしゃる方は、是非、弊社にお声掛け下さい。その想いに、弊社は「共にチームとなりお力添えしたい」と強く願っております。皆様におかれましては、これまで以上に温かいご指導・ご鞭撻を賜りますよう、何卒宜しくお願い申し上げます。



代表：久野真博

## 合同会社シーオン LLC. ceon

経営理念：Create The Vivion～心を創り未来を創造する～

本 社：東京都新宿区北新宿1-29-11ツバセスパート 8 6階  
都庁前センター：東京都新宿区西新宿4-32-6パークグレース新宿 7階  
電 話 番 号：03-6276-0878  
事 業 内 容：経営コンサルティング

FAXDM事業、法人データ販売、ポスティング事業

