



武蔵野コーポレーション株式会社

「クロネコDM便」の廃止に伴う「クロネコゆうメール」への移行、普通郵便料金の値上げなどDM業界に大きな影響を与えるニュースが相次いでいるため、関連テーマで発信したブログやメルマガに注目が集まっている。

激変する業界動向に合わせて お客様に有益な情報を発信 信頼感と成約率の向上を図る

デジタル施策を活用した新規顧客の獲得を目指し、主に動画制作とメルマガ配信に取り組んでいる。郵便料金の値上げなどDM業界に大きな影響を与えるニュースが相次いだため、メルマガのテーマを変更してお客様に役立つ情報を発信。同様にブログ記事にも注目が集まり、お問い合わせや成約にもつながった。

取り組みの進行状況

動画制作は50本達成間近

今年度はWebサイトへの集客施策としてコンテンツ制作に注力してきました。そのうち、動画はすでに44本制作し、支援終了までには目標の50本を達成できそうです。2回目となる動画制作の専門家派遣では、「初回にレクチャーした通りの本数を完成し、テーマの設定も素晴らしいです」との高い評価をいただくとともに、新たな助言も受けました。現在、ターゲット地域ごとの動画を制作してYouTubeにアップロードしていますが、「顧客の多い地域の動画は年間4回ほどアップし直すと良い」とのこと。また「よくあるご質問を項目ごとに分けたQ&A動画を制作してみてもどうか」との提言を受け、すぐ実行に移しました。これらの短い動画にもチャプター機能を設定して、閲覧者が見たい情報をすぐに見られる

ようにしました。

お問い合わせフォームからの成約率が向上

Webサイトからお問い合わせをいただいた方へのお礼メールには、動画のURLを記載しています。DM発送を考えるお客様は複数の企業を比較検討されるでしょうから、他社との差別化として、「動画に社長である私が顔を出す」「自社工場にて封入などの作業工程を紹介する」などで信頼をアピールするのが狙いです。実際に、お問い合わせからの成約率は以前の30%台から40%台へと向上しました。今後はさらに動画内容を充実させ、より高い信頼感を獲得し、成約率50%を目指します。

具体的な取り組み内容と成果

