



## 『はいめーる・net』 ケーススタディ

1. CASE1: mail to web(チラシ・電報) ...P1
2. CASE2: mail to mail(手紙) ...P2
3. CASE3: メール検索利用例(メール検索+チラシ) ...P3
4. CASE4: メール検索利用例(メール検索+手紙) ...P4
5. CASE5: スプリットラン(テストマーケティング) ...P5
6. CASE6: 買って答えて(クリック&モルタル) ...P6

株式会社ドゥ・ハウス

# CASE 1: mail to web (チラシ・電報)

## ECサイト(チラシ:2001年4月実施)

プロジェクト概要	目的: サイト告知 詳細: 主婦がターゲットのサイトのプレゼントキャンペーン絡めた告知
絞り込み条件	性別: 女性 未婚: 既婚 職業: 専業主婦 or 無職 居住地: 大阪・兵庫・京都・奈良・和歌山・滋賀 興味ジャンル: 「コミュニティで仲間を見つけたい」 「インターネットの新サービス」 「自己表現したい」

クリック率	16.4%	1,101通配信
	他社オプトイン媒体A: 11.6% 他社オプトイン媒体B: 13.1% 他社オプトイン媒体C: 12.3% 他社オプトイン媒体D: 5.9%	13,456通 6,467通 5,599通 2,934通
感想文	コンテンツは全てノウハウが作成 興味ジャンルは、ほぼ同様の設定	
	感想文返信率 14.1% 好感度 87.8%	
感想文	Q1: 1 とても好感をもった Q2: 「ギフトカードとかお米券とかビール券が良いですねー私の知っている人は、500円分×人数分を、両隣の家と向かい3軒の人に配ったそうです。」いいアイデアだなーと思った。食べ物だと好き嫌いがあるし、物だと好みがあるからこれでいいかなーと思いました。結構いいHPそうなのでお気に入りに入れておきます。	
	女性 29 既婚 専業主婦・主夫(パートを含む) 京都府	

## 飲料メーカー(チラシ:2001年2月実施)

プロジェクト概要	目的: サプリング・モニターキャンペーン 会員応募+商品の説明と認知度向上 詳細: 新発売されたお酒の知名度向上と、モニターキャンペーンの告知
絞り込み条件	年代: 20歳~49歳 興味ジャンル: 「料理のコツ・レシピ」 「洋酒を片手に」「心と体をいやしたい」

クリック率	21.3%(CVR: 34.7%)	16,345通配信
	アクション率 7.4% 他社オプトイン媒体A 3.3% 他社オプトイン媒体B 1.0%	異なるコンテンツにて配信
感想文	コンテンツは全てノウハウが作成 興味ジャンルは、ほぼ同様の設定	
	感想文返信率 21.6% 好感度 17.7%	
感想文	Q1: 2 まあ好感をもった Q2: 根っからの酒好きです。メール文の感想ですが、メールを読んだ時間も夕食前ということもあって、杉の香りとマッチングを想像していると、早く一杯やりたくなってしまいました。そんな気持ちにさせてくれたということは内容が良かったということではないでしょうか。文章の長さもちょうどよいと私は思います。ああ、本当にのどが乾いてきました。以上	
	38歳 男 独身 自営業 岡山県	

## WEBアンケート(チラシ:2001年7月実施)

プロジェクト概要	目的：アンケートモニター会員の募集 詳細：サービス内容の告知と共に、会員の募集を実施。	
絞り込み条件	年代：20歳～50歳 興味ジャンル： 「アンケートモニターをしてみたい」 「きれいに撮りたい」	
クリック率	12.71%	25,000通配信
感想文	感想文返信率 13.15%    好感度57.29%	
	Q1：2    まあ好感を持った Q2： 実際にURLをクリックして、登録までしてしまいました。 今、一番関心が高いのはセキュリティの問題だと思います。その部分が*印だけ付けて説明してあるのが、少しインパクトが弱いかと思います。もう少し強調した方が良かったと思いました。HPでは、その点の説明がありますが、まずは、メールでの案内を読んだ人がURLリンクをクリックするかどうか大事なわけですから、文章の構成にもう工夫が欲しいところです。	
	37歳   女性   既婚   専業主婦・主夫   神奈川県	

## 就職情報サイト(電報:2001年7月実施)

プロジェクト概要	目的：サイトへの集客＋プレゼントキャンペーンの告知 詳細：毎月行っているプレゼントキャンペーンを告知し、サイトへの集客を実施。	
絞り込み条件	年代：19歳～40歳 興味ジャンル： 「就職・転職・求人情報をゲット」	
クリック率	9.41%	20,058通配信
感想文	電報サービスに感想文はございません。	

・会員登録/入会促進

・販促/販売

・認知率向上

・集客/誘客/探客

## CASE 2: mail to mail (手紙・ハガキ)

### メルマガ発行スタンド【めろんぱん】(手紙: 2001年2月実施)

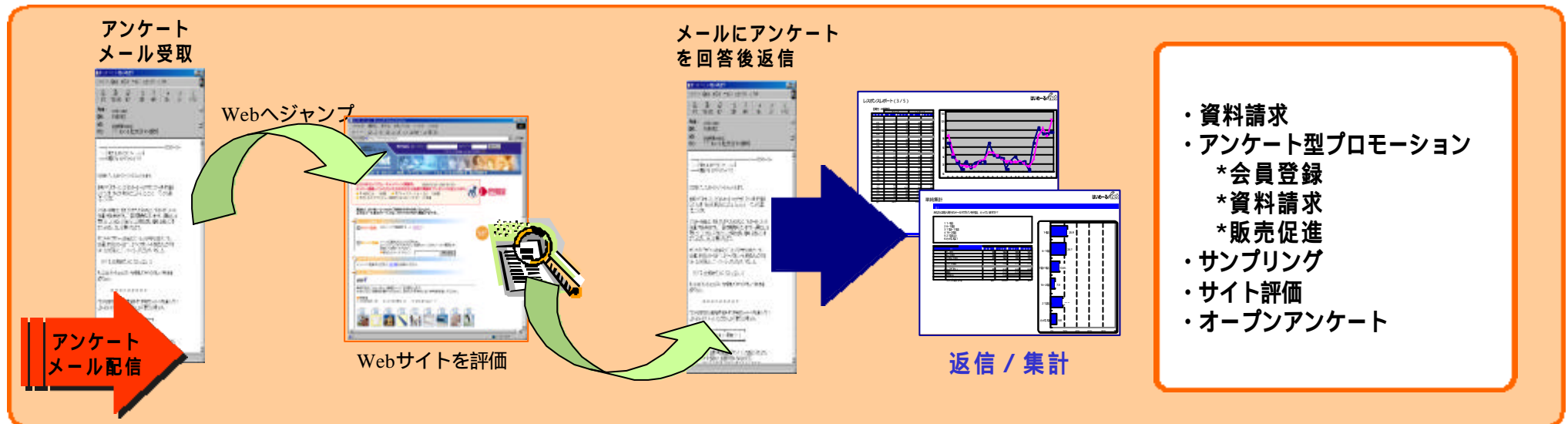
プロジェクト概要	目的: 新しいメルマガ発行スタンドの認知・理解度向上と マーケティングデータの活用 詳細: 「めろんぱん」正式OPEN後の読者募集
絞り込み条件	興味ジャンル: 「メールマガジンを読む」

アンケート返信率	40.9%	5,000通配信
感想文	感想文返信率: 24.4% 好感度67.9%	
	Q1	1: とても好感をもった
	Q2	正直言っていちばん最初は「何を今更」と思ったのですが、読んでみてメルマガについて改めて考えさせられました。普段なんの考えもなしに読んでいたもので・・・。 マイページについてまで書いてあって本当に至れり尽くせりのメールでした。パソコン生活がまた楽しくなりそうです。
	33歳 女 既婚 専業主婦・主夫 北海道	

### WEBゲームサイト(2001年8月実施)

プロジェクト概要	目的: ゲーム会員の会員募集 詳細: サイトの告知とサイトの評価アンケートと共に会員の募集を実施
絞り込み条件	興味ジャンル: 「旅をしたい」「ゲームで遊ぶ」「インターネットの新サービス」

クリック率	30.5%	5,600通配信
アンケート返信率	7.4%	
感想文	感想文返信率 6.2% 好感度68.0%	
	Q1	1: とても好感をもった
	Q2	楽しく遊べるサイトは、大好きです。 そんな楽しいサイトを紹介してもらって、なおかつアンケートに答えてポイントももらえるとは、大歓迎。 今後もこんな楽しいサイトを沢山紹介して下さいね。
	33歳 女性 既婚 専業主婦・主夫 千葉県	

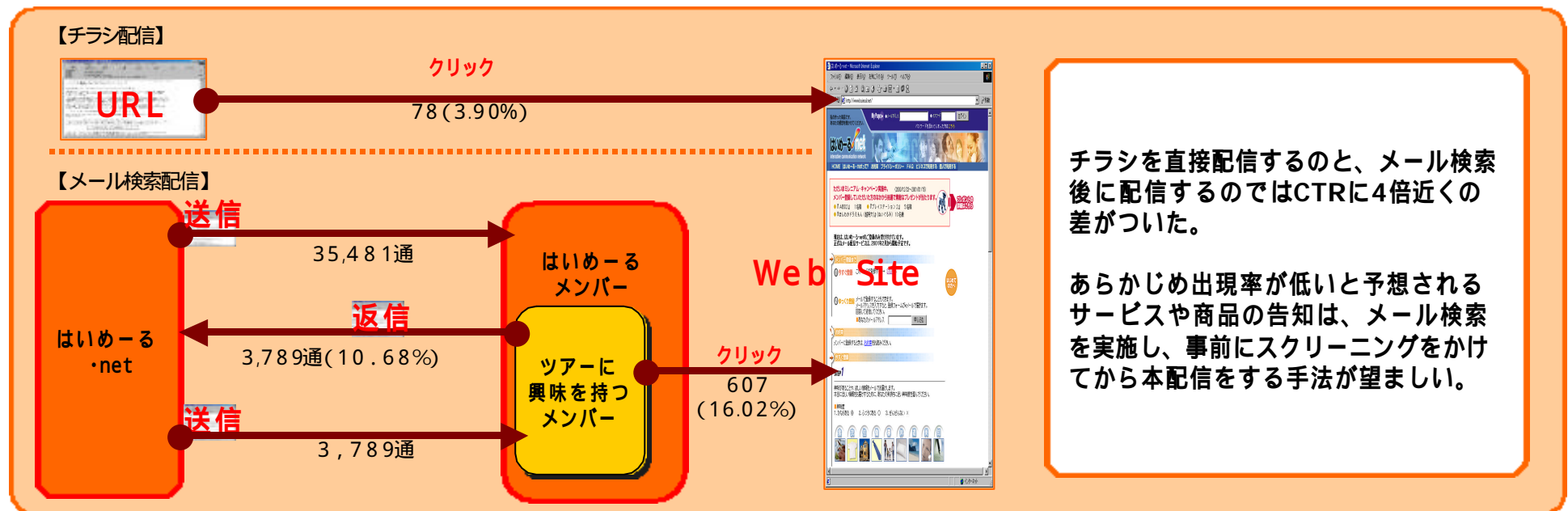


# CASE 3:メール検索利用例(メール検索+チラシ)

旅行会社(メール検索+チラシ:2001年8月実施)

プロジェクト概要	目的:旅行プランの告知 詳細:スキー・スノーボードツアーの早期申し込み割引特典の告知を実施。 また、メール検索併用と、チラシ1発配信と2つを同時比較。
絞り込み条件	年代:25歳~45歳 居住地:「北海道」を除く 興味ジャンル: 「アウトドアにう」「旅をしたい」「エンジョイ・スポーツ」

メール検索返信率	10.68%	35,481通配信
クリック率	16.02%	3,789通配信
感想文	感想文返信率:11.7% 好感度64.1%	
クリック率	3.90%	2,000通配信
感想文	感想文返信率:11.7% 好感度64.1%	
感想文	Q1	1:とても好感をもった
	Q2	まだちょっと早すぎて季節感がないけど、メールを読んでいるうちに冬が来るのが楽しみになってきました。 今すぐ予約が出来るほど先の事はわかりませんが、5000円のディスカウントもあるし、食事もついているし、検討する価値は十分にあると思います。
		女性 36歳 既婚 専業主婦・主夫 東京都

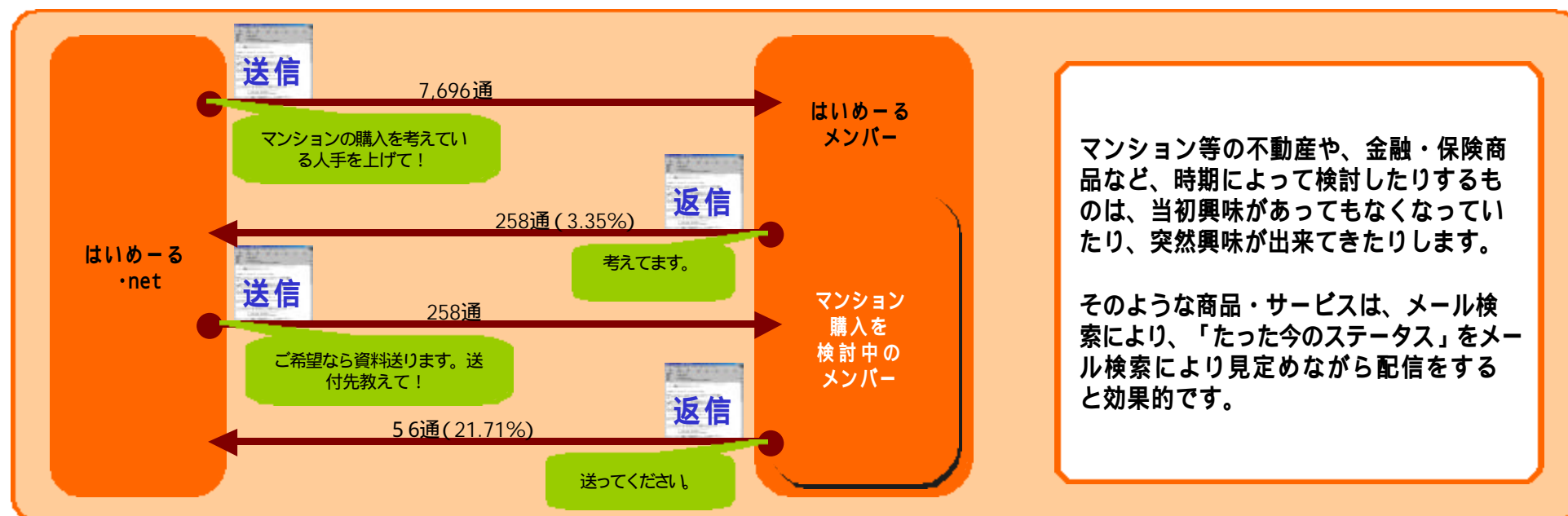


## CASE 4: メール検索利用例(メール検索 + 手紙)

### 不動産(メール検索+手紙: 2001年7月実施)

プロジェクト概要	目的: 分譲マンションの資料請求 詳細: メール検索により、「マンション購入」を検討中のメンバーを抽出。抽出されたメンバーにのみ、Mail to Mailでマンションの資料請求を実施。
絞り込み条件	居住地: 「茨城県」「埼玉県」「千葉県」「東京都」

メール検索返信率	3.35%	7,696通配信
クリック率	21.71%	258通配信
感想文	感想文返信率: 30.62% 好感度34.17%	
感想文	Q1	1: とても好感をもった
	Q2	マンションについて知りたかったので、自分から積極的に調べると言う事がないので、メールで情報をくれるととても助かります。 21歳 女性 独身 会社員 東京都
感想文	Q1	2: まあ好感をもった
	Q2	マンションの詳細がサイトにアクセスしなくても分かりやすかった。味を持って資料請求しようかな?と思わせる文章です。プライバシーの事に關しても明記されているので多少は安心できます。 26歳 女性 独身 会社員 埼玉県



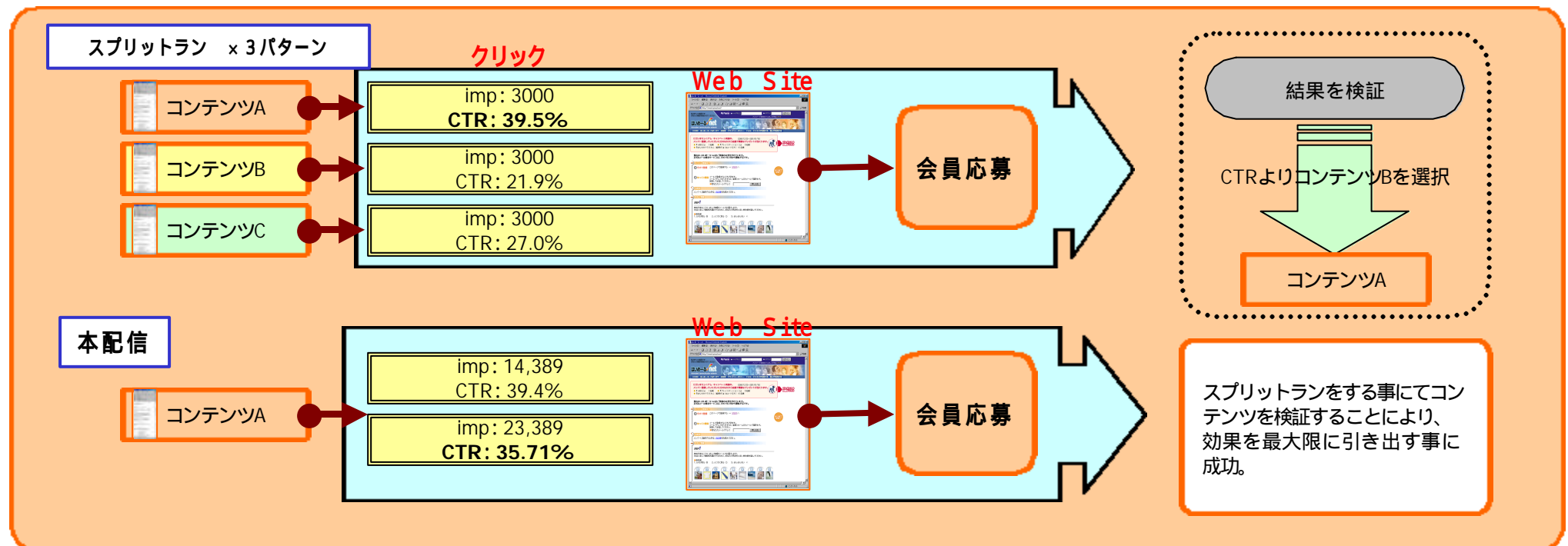
# CASE 5: スプリットラン(テストマーケティング)手法

## 懸賞・プレゼント系サイト【先着ネット】(チラシ: 2001年4月実施)

プロジェクト概要	目的: 会員獲得と認知度向上のテスト&本配信 詳細: 『先着 ネット』の会員募集において、3パターンのコンテンツをテスト配信し、最も効果的なコンテンツを本配信に利用	
絞り込み条件	興味ジャンル: 「PC情報は欠かせない」「インターネットの新サービス」	
感想文	Q1	1: とても好感をもった
	Q2	実は先着ネットのことは知っていましたが、宣伝を見かけないなと思っていました。 先着ネット分かり易い名前だけれど、やはりこういう宣伝みたいなのがあるとなんとなく安心します。しかもはメールからだったから。 内容が分かり易くて良かったです。
	23歳 女性 既婚 専業主婦・主夫(パートを含む) 東京都	

スプリットラン	クリック率	配信数	感想文返信率	好感度
コンテンツA	39.5%	3,000通	15.9%	81.6%
コンテンツB	21.9%	3,000通	15.6%	75.3%
コンテンツC	27.0%	3,000通	16.1%	79.8%

本配信	クリック率	配信数	感想文返信率	好感度
コンテンツA	39.4%	14,389通	15.4%	80.9%





## CASE 6：買って答えて(クリック&モルタル)

食品メーカー(手紙：2001年3月実施)	
プロジェクト概要	目的：買って答えて 詳細：“食品を購入してもらって、アンケートを聞くパターン” 販促、認知度・理解度向上
絞り込み条件	興味ジャンル：「グルメな食材・いける調味料」「料理のコツ・レシピ」「かんたんクッキング」「健康が一番」 行動情報：「コンビニ(全て)」「スーパー(全て)」

アンケート返信率	11.0%	17,392通配信
感想文	感想文返信率：11.5% 好感度75.5%	
感想文	Q1	2：まあ好感をもった
	Q2	<p>関心を持っているテーマ(日常食材)ということがひとつ、おおきいです。あと、商品説明が、比較的あっさりしていながら、ポイントは押さえていること。取り扱い商品が多いので、宣伝文作りには苦労したことと思います。化学調味料を使っていないなど、商品そのもののオシの部分にも興味をおぼえました。調理法などは、テレビCMだとなかなか紹介できませんものね。</p> <p>世の中は、化学調味料減量、無農薬・有機栽培食料の増大化へとシフトしていくと思います。ふと、そんなことを考えさせられました。</p> <p>35歳 女 既婚 専門職(SOHO、デザイナー、アーティストなど) 神奈川県</p>

