

マーケティング支援

事例集



株式会社
あけぼの印刷社

目次

■ はじめに	1
■ 事例紹介	
・ 人気商品の特定（業種：中古車販売）	2
・ 無料オンラインイベントの集客（業種：専門学校）	3
・ 投資対効果の見える化（業種：カーリース）	4
・ チラシと Web の連動（業種：ショッピングセンター）	5
・ SNS 運用支援（業種：農場）	6
・ MA ツールとの連携（業種：塾）	7
・ チラシ・DM ごとの反響分析（業種：塾）	8
・ メールマガジンの実施（自社）	9
・ SNS キャンペーンの実施（自社）	10
■ おわりに	11

はじめに

～あけぼの印刷社におけるマーケティング支援とは～

私たちあけぼの印刷社は、創業から 70 年にわたりチラシや DM といった紙媒体を軸に、茨城の企業様の集客や販促に関する課題解決を行ってまいりました。

県内有数の印刷設備を有しており、紙面のデザインから印刷、封入封緘や梱包、配送までワンストップで行えることから、地場で小売店を営む企業様にご愛顧いただいております。

しかしながら、昨今インターネットの普及により消費者の購買行動にも変化が生じ、従来の紙に加えて Web を用いた集客・販促へのニーズが高まっており、実際にお客様からご相談を頂く機会が増えてまいりました。

そのため当社では、これまでの印刷会社の枠を超えるべく、マーケティング支援を開始。Web やマーケティングに精通した人材の採用・育成を強化し、集客課題の解決ができる土台を整えました。

支援をスタートしてからおよそ 1 年間で 10 社以上の企業様のお手伝いをさせていただき、そのうち 9 割方のお客様におかれましてはご満足いただき、継続的に発注を頂いております。

本書は、あけぼの印刷社が実際に行っているマーケティング支援の事例を紹介することで、紙と Web を組み合わせることで何ができるのか、具体的なイメージを持っていただくために執筆いたしました。

本書が皆様の集客活動のお役に立てましたら幸いです。



事例紹介

人気商品の特定（業種：中古車販売）

- 相談内容 動画広告をやってみたい
- 実施内容 決算セールという名目で取扱車種を紹介。動画、LP^{※1}を制作し、来店を促進
- 成果 成約1件、来店2件
 - ・これまでアプローチできていなかった、チラシを見ない若年層へ認知拡大することができた
 - ・クリック数の計測やヒートマップ^{※2}の導入により、よく見られている「人気車種」を明らかにできた

人気商品を特定し、それに特化したキャンペーンを打つことも可能。データを取得し、次の施策に活かせるのが Web の魅力です



YouTube 動画広告 → ランディングページ → カーセンサー



▼ランディングページ訪問者がクリックした車種とクリック数
(Google アナリティクスによる計測結果)

イベント	リンク画像	合計イベント数	割合
photo01	牛久店限定 トヨタ プリウス (税込)177 万円	21	13.7%
photo07	取手店限定 ホンダ N-BOX (税込)210 万円	7	24%
photo11	藤代店限定 日産 セレナ (税込)130 万円	37	27%
photo04	守谷店限定 タイハツ タント (税込)142 万円	5	13.7%
photo05	牛久店限定 トヨタ アルファード (税込)210 万円	7	21%
photo06	竜ヶ崎センター店限定 日産 ノート (税込)230 万円	37	4%
photo17	取手店限定 ホンダ フィット (税込)140 万円	7	3.7%
photo14	守谷店限定 スズキ ジムニー (税込)230 万円	8	2%
photo15	藤代店限定 トヨタ ハリアー (税込)210 万円	46	4.7%
photo10	取手店限定 トヨタ アクア (税込)140 万円	77	2%
合計	藤代店限定 日産 エクストレイル (税込)160 万円	156	100%

▶訪問者がクリックした箇所の色が変化
(ヒートマップツールによる計測結果)



※1 LP…ランディングページ。Web 広告をクリックした後の、着地先のページを指す。

※2 ヒートマップ…ページ訪問者がクリックした箇所や、熟読しているエリアをサーモグラフィのような形式で表示するツール。

事例紹介

無料オンラインイベントの集客（業種：専門学校）

- 相談内容 集客をしたいが、どんな手段があるか、何が良いかが分からない
- 実施内容 オンラインイベントへの参加を促進するため
Facebook の「エンゲージメント」広告を利用
- 成 果 目標 150 名のところ実績 400 名と、2 倍以上の成果を獲得
同イベントにおける集客の勝ちパターンを確立

Facebook 広告というと、トラフィック広告を使う方が多いのですが、弊社では、目的やターゲットに応じて適切な媒体やキャンペーンを提案いたします



マーケティング担当者の
コメント

Facebook 広告



Facebook ページ



参加申し込みフォーム

参加申し込み	
下記に必要事項をご記入ください。	
氏 名	
性 別	☐ 男 ☐ 女
メールアドレス	
電話番号	
住所	
ご意見(任意)	
送信する	

事例紹介

投資対効果の見える化（業種：カーリース）

- 相談内容 コロナの影響で来店数減少。チラシの反響まで追えていなかった
- 実施内容 Web 広告とチラシを同じタイミングで実施。各媒体経由の LP 流入や来店数、受注数を計測、媒体ごとの獲得単価を算出
- 成 果 売上前年同月比 250%を達成
チラシの投資対効果の高さが明らかに

紙と Web を組み合わせることによって、集客効果の最大化・投資対効果の可視化が可能となります



マーケティング担当者のコメント



獲得単価

	広告表示	LP 流入	来 店	商 談	成 約
Web 広告	0.7 円	120 円	57,000 円	170,000 円	170,000 円
ポスティング	9.7 円	8,600 円	38,000 円	75,000 円	75,000 円

※見やすさに配慮し、端数を省いております

広告表示や LP 流入までの費用対効果は Web 広告の方が良いが、来店から成約までみると、ポスティング（チラシ）の方が優れている

事例紹介

チラシとWebの連動(業種:ショッピングセンター)

- 相談内容 チラシの訴求効果を高めたい
- 実施内容 チラシを撒く前にWebで2パターンのクリエイティブを検証。より多くクリックされた方をチラシに反映した
- 成 果 ターゲットとなる年代に受けの良い訴求軸が明らかになった
2019年と比べると、売り出し期間中の売上が118%と増加

Webを用いてテストマーケティングを行い、その結果を紙媒体の訴求に活かすことができた好例です



マーケティング担当者のコメント

A パターン



B パターン



数字の大きさ(10と3)や、「還元」というキーワードとターゲットとの相性から、Aパターンの方がクリック率が高い結果に

事例紹介

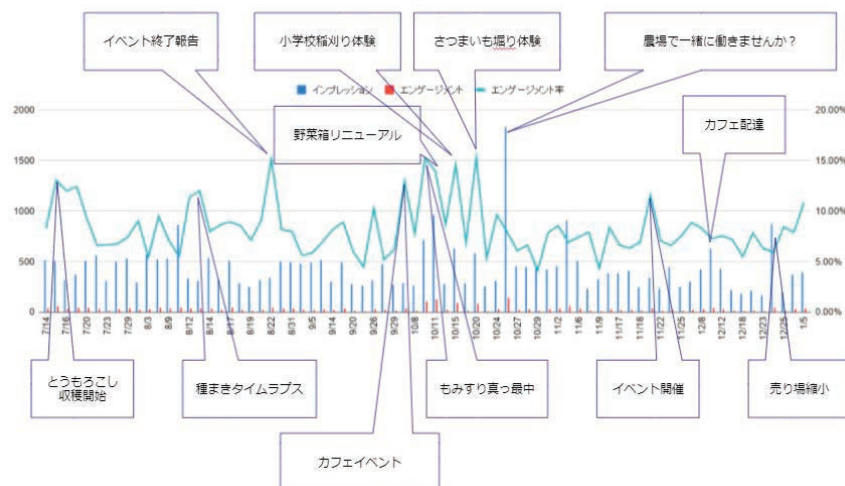
SNS 運用支援（業種：農場）

- 相談内容 自分たちの農場をブランディングしたいが、何をすべきかわからない
- 実施内容 Facebook や Instagram、Twitter などの成果を分析
どのような投稿をするべきか、といったことを具体的にアドバイス
- 成 果 フォロワー数の増加
日々の投稿で何をすべきかが明らかになった

別のお客様の事例では、オリジナルキャラクターのパネルを制作。日常の投稿でパネルを活用して頂いています



マーケティング担当者のコメント



事例紹介

MA ツールとの連携（業種：塾）

- 相談内容 顧客獲得単価を下げたい。導入している MA^{※1} ツールを活用したい
- 実施内容 問い合わせ獲得ではなく、資料請求を目的にして、顧客獲得単価を抑える
資料請求を行った人に対して、MA ツールを使って顧客育成を行う
- 成 果 顧客獲得単価を 10 分の 1 に削減することに成功

MA ツールや SFA^{※2} ツールを使ったマーケティングについてもサポート可能です。法人向け（B to B）の問い合わせ獲得施策の立案・実行もお任せください



Facebook（Instagram）広告
Google（ディスプレイ・リスティング）
はがき DM、チラシなどで告知

ランディングページではアクセスを計測
媒体別のアクセス数や資料ダウンロード数
などを見えるようにしました

資料ダウンロードユーザーに対しては、
メールマガジンを配信（お客様側）
見込み客の育成を行っていただきます

※1 MA…マーケティングオートメーション。メールの送信など、マーケティング業務を自動化してくれるツール。

※2 SFA…セールスフォースオートメーション。営業活動を自動化してくれるツール。顧客管理や営業管理ができる。

事例紹介

チラシ・DM ごとの反響分析（業種：塾）

- 相談内容 チラシ・DM のコストを削減したい
- 実施内容 チラシ・DM ごとに QR コードを分けて、そこからの Web ページへのアクセス数や、資料請求・お問い合わせまで至る割合を分析
- 成果 新聞折込・ポスティングといった配布方法や、小学校 1・2 年生、3・4 年生、5・6 年生といった配布対象による傾向が明らかに
配布対象を効率の良いセグメントに絞ることでコストカットを実現

複数のクリエイティブを検証したり、地域による違いを分析したりすることで、効果の高い DM やチラシに改善することができます



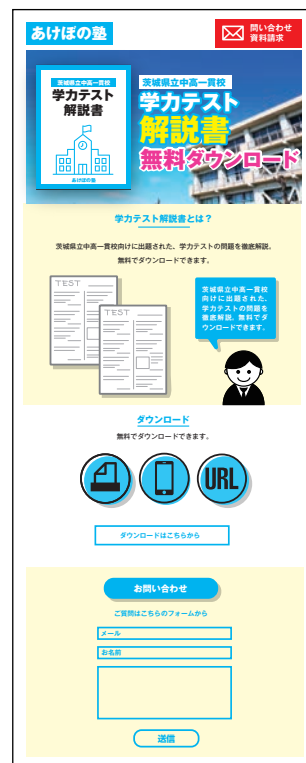
マーケティング担当者のコメント

DM



A

ランディングページ



チラシ



B

一斉配布するよりも、学年ごとにメッセージを変えた DM の方が、成果に至る割合が高いという結果に

計測

事例紹介

SNS キャンペーンの実施（自社）

- 相談内容 あけぼの印刷社＝紙の印刷というイメージを払拭したい
- 実施内容 Twitter でのフォロー＆リツイートキャンペーンを行い、パネル制作を PR
- 成 果 看板・パネル関連の問い合わせ 5 件（受注 2 件）
フォロワー数：+ 300 名

キャンペーンの企画から、運用、分析まで対応可能です
Twitter や LINE、動画や LP を絡めた施策も OK



マーケティング担当者のコメント



応募の手順



STEP 1

アカウント
株式会社あけぼの印刷社
@AkebonoPrint をフォロー



STEP 2

目的と対象物を添えて
リツイート



STEP 3

当選者には
DMでご連絡



STEP 4

パネルの制作・郵送



STEP 5

パネルの写真を添えて
ツイート



おわりに
.....

～私たちがお客様にとってのモデルケースになります～

あけぼの印刷社のマーケティング部門では、お客様の集客課題に対して最適な解決策を提案するため、日々マーケティング手法の検証を行っております。

茨城におけるマーケティングのリーディングカンパニーを目指し、引き続き新たな集客・販促手法を模索。Web 広告をはじめ、ホームページやメールマガジン、SNS でのコンテンツ発信など、様々な施策を自ら実行し、そこで得た知見・成功実績をもとにお客様へご提案いたします。

今回ご紹介した事例以外にも、弊社マーケティング担当者が過去に行った事例をお話しすることも可能です。まずは皆様の集客状況や、そこにまつわるお悩みなどをお聞きできればと思いますので、もし何かお困りのことがあれば、お気軽にご相談ください。

まずはご相談ください！

TEL 029-227-5505

営業時間 9:40～17:00(土曜・日曜・祝日・年末年始を除く)

お問い合わせフォーム

<https://www.akebono-print.co.jp/contact/>





株式会社

あけぼの印刷社