

「SHANON MARKETING PLATFORM DM Connect Plus.」の販売を開始

各業種別に活用ラインナップを用意

株式会社シャノン(東京都港区、代表取締役社長 中村健一郎、以下「シャノン」)と日本郵政グループの株式会社JPMメディアダイレクト(東京都港区、代表取締役 CEO 中島直樹、以下「JPMD」)は、7月16日に発表したマーケティングオートメーションサービス「SHANON MARKETING PLATFORM DM Connect Plus.」(以下「SMP」)の共同マーケティング活動に関する合意にもとづき、新たに業種別の活用メニューを用意し、本日より提供を開始しました。また、シャノンはJPMDを「プラチナ・パートナー」に認定し、両社は今後、共同で販売活動を行います。

※「SHANON MARKETING PLATFORM DM Connect Plus.」は、シャノンのマーケティングオートメーションサービスに、JPMDが開発したDM(ダイレクトメール)の印刷・発送プラットフォーム「DM Connect」を組み込んだサービスです。

■製品の特徴



標準機能
として提供



メールとDMを組み合
わせることが可能



DMを送った人の
反応が分かる



はがき以外に
モノも送れる

近日公開

・標準機能として提供

他システムと連携が必要なく「SMP」内からいつでも好きな時にDMを送ることができます。

・メールとDMを組み合わせたことが可能

一人ひとりにDMの送信履歴が紐づきます。メールとDMを組み合わせて、最適な人に最適なタイミングでメッセージを送ることができます。

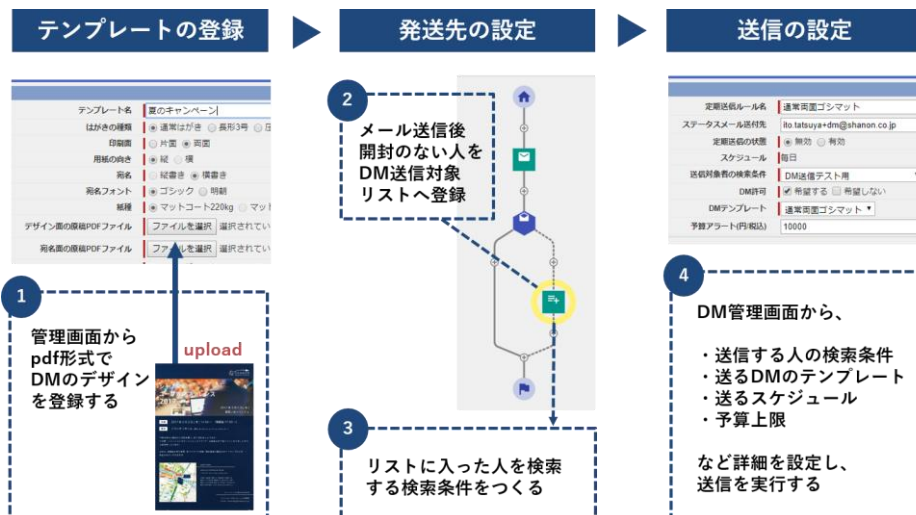
・DMを送った人の反応が分かる

DMを送った結果、誰が反応したのかが分かります。Webのトラッキング情報を利用して発見します。

・はがき以外に、モノも送れる

はがきだけではなく、企業パンフレット・冊子などシチュエーションに合わせた「モノ」の送付が可能です。

■ご利用イメージ



DMのデザイン登録から発送先の設定、送信がすべて管理画面から操作可能です。また、シナリオ機能と組み合わせることにより、シンプルな操作で「メールをクリックしない顧客にDMを送信」という複雑な条件設定が可能になります。

■各業種別に活用ラインナップを用意

「SMP」の販売開始に合わせより多くの領域でご利用いただけるよう活用ラインナップを用意いたします。それぞれの業種にあった課題解決をスピーディーにご提案いたします。

1. BtoB 事業者向け

メールが届かない休眠顧客へDMを使った掘り起こしや、ターゲット層に対するメール・DM・セミナーを重ね合わせた継続フォローなど、デジタルとアナログを組み合わせたマーケティング活動が可能になります。また、DMだけでなく製品カタログや紙のホワイトパーパーなど、従来はMAと組み合わせることが難しかった「モノ」を活用した、効果の高いデジアナマーケティングが実現できます。

2. イベント事業者向け

告知、参加受付～来場管理、フォローアップをデジタルとアナログにまたがって実現可能。DMとメールを組み合わせ、告知～申し込み率の向上、申し込み～来場率の向上を実現します。また、イベントでの反応を使ったパーソナライズDMやサンプルの配布も可能です。

3. EC 事業者向け

主に一般消費者を対象としたEC事業者向けにリテンション～ロイヤル化の促進を強化します。Webの行動履歴をリアルタイムに活用することでユーザーの興味関心に応じたターゲティング・アプローチが運用可能です。カート落ちフォローDMを翌営業日に投函、投函後、1週間目にメール配信でフォローというような、変わりやすい一般ユーザーの購買動向に対応して素早い購買喚起を可能にします。