

# FAXDM成功事例集 No.1

【お客様事例1】 東京都 不動産業：

**253件の配信で反応率12%を獲得した事例**

【お客様事例2】 石川県 コンピュータ・通信機器関連業：

**約7万円の投資で約80万円を受注した事例**

【お客様事例3】 大阪府 ネットサービス業：

**約1%のセミナー申込率で約100万円を売上げた事例**

【お客様事例4】 大阪府 社会保険労務士：

**「反響数10件＝申し込み数10件」の事例**

【お客様事例5】 静岡県 ネットサービス業：

**225件の配信で約30万円の売上に繋がった事例**

※2011年2月10日にNetReal会員様向けに実施させて頂いたFAXDM成果報告アンケートを元に作成致しました。

(事前に掲載の許可をいただいております)

※本レポートは当社の著作物です。当社の許諾なく其他媒体への転載、配布を禁止いたします。

## 253件の配信で反応率12%を獲得した事例

■配信先:不動産客付業者

■リスト種類:持ち込みリスト,  
当社のレンタルリスト(一般法人データ)

■目的:法人営業開拓  
(不動産物件の仲介)

■配信件数:253件

- ・クレーム件数:2件(0.8%)
- ・問い合わせ件数:30件(12%)
- ・申し込み件数:6件(2.3%)

■売上効果:約300,000円

■配信コスト:253件×@10円=2,530円

■原稿公開:公開OK

### 【コメント】

当社のFAX配信サービス(即時配信)で不動産物件情報を流されている不動産関連の会社様は多数おります。

B4サイズにも無料対応しており、なるべく早く新着の物件情報をより多くの不動産会社に瞬時に大量に発信でき、非常にご好評いただいております。

不動産業界はFAXで物件情報をやり取りする文化が強いようでして、受け取った側もあまり抵抗なく問い合わせられるようです。

なお、当社の法人リストレンタル機能「CSV一括重複削除」を使うことで自社リストにない特定の業種や地域に配信することができます。

### 【成功のポイント】

- 原稿は不動産物件情報(業務効率化用途)
- 不動産物件はFAXでやりとりする文化
- リストは持ち込みとレンタルを併用することで、特定の地域の不動産会社により多く配信された

### 約7万円の投資で約80万円を受注した事例

■配信先: 介護関連業

■リスト種類: 持ち込みリスト

■目的: 法人新規開拓(ソフト販売)

■配信件数: 10, 547件

・クレーム件数: 56件(0. 53%)

・問い合わせ件数: 6件(0. 056%)

・申し込み件数: ?

■売上効果: 年間約800, 000円

■配信コスト: 10, 547件 × @7円=73, 829円

■原稿公開: 公開OK

#### 【コメント】

「セミナー」を切り口とせずに「体験版申込」のオファーで成果を出された事例をご紹介します。

チラシ風原稿で、特徴を「3つに絞り」アピールされていて非常に分かりやすいFAXDM原稿です。

また、FAXDMに限らず、トップ営業マンの鉄則「買わない(申し込まない)理由をなくす」ために「無料戦略」は非常に効果的です。

#### 【成功のポイント】

■「介護」というターゲットに絞り配信した

■売り込みではなく、体験版の申し込み獲得を目的とした

■要点を3つに絞り商材の特徴を分かりやすく伝えた

## 【お客様事例2 の公開原稿】

ロゴ

**ご利用者をふやすために  
サービスを向上したい施設向け介護ソフト**  
**もちろん、介護ソフトの価格も見直したい方へ**

はじめまして。  
訪問介護事業所様とデイサービス事業所様向けの介護ソフト「**〇〇**」です。  
介護ソフトを見直したい方・ご検討の方へ40日間無料体験のお知らせです。  
この機会に是非、無料体験をお試し下さい。

**〇〇円から利用可能**

訪問介護は「実績利用者×**〇〇**」  
デイサービスは「実績利用者×**〇〇**」から。  
上限や、定額制もありコストが見えて安心。  
低コストで運用できます。

**いつでも、どこでも、何台でも**

インターネットができる環境さえあれば、  
どこでも操作・確認ができ、  
請求業務・管理業務が効率的に。

**各種書類をオリジナルで**

サービスを向上させるための帳票が他社ソフトより充実。  
文、御社での帳票と同じ書式のものを作成・管理もOK。  
事業所に合わせたソフトにしていけることが出来ます。  
そして書類作成も簡素化に。

ロゴ

**40日間無料体験実施中！  
ホームページからも  
簡単アクセス！**

サービス名  検索

会社情報

**無料体験申込 FAX**

FAX番号

事業所名		
事業所番号		<input type="checkbox"/> 事業所番号が未定
事業区分	<input type="checkbox"/> 訪問介護	<input type="checkbox"/> 通所介護
御担当者名	フリガナ	
メールアドレス		
TEL		
FAX	<input type="checkbox"/> FAX案内を停止。	

**http://www**

ドメイン

**jp/**

### ■メインタイトル:

ターゲットの「介護施設」の方が読んで興味を持ちそうなキャッチで表現しています。(新規導入の提案)

### ■サブタイトル:

既に導入している方向けに乗り換えの提案をしています。

### ■リード「40日間無料体験のオファー」

### ■本文:

特徴を3つに分けて説明

「〇〇円から利用可能」＝料金の特徴

「いつでも、どこでも、何台でも」

＝クライアント型ではなく、ASP型の特徴を専門用語を使わず、分かりやすい言葉で説明する顧客目線の原稿になっています。

「各書類をオリジナルで」＝他社との違いをアピール

■ロゴ:かわいらしいキャラクタのロゴです。

■返信欄:「無料体験申込」という切り口で受付されています。

### ■フッター:

サイトへの誘導をするためのURLを目立たせるデザインにされています。

### 約1%のセミナー申込率で約100万円を売上げた事例

■配信先: ○○資格を持つ企業

■リスト種類: 持ち込みリスト

■目的: セミナー集客

■配信件数: 1, 350件

- ・クレーム件数: 5件(0. 37%)
- ・問い合わせ件数: 2件(0. 15%)
- ・申し込み件数: 13件(0. 96%)

■売上効果: **約1, 000, 000円**

■配信コスト: 1, 350件 × @10円=13, 500円

■原稿公開: 公開OK

#### 【コメント】

「○○資格の保有リスト」という非常にニッチなリストをお持ちのお客様の事例をご紹介します。

「一見、FAXDMと判別できない＝業務連絡! ?」と思われるようなFAXDM原稿に仕上がっています。

当社でも以前に実施したパートナー募集のFAXDMでも同様のレター風原稿で配信した事例がございますので以下参照ください。

[http://faxdm.netreal.jp/faxdm\\_lesson\\_1.pdf](http://faxdm.netreal.jp/faxdm_lesson_1.pdf)

(P14にございます)

#### 【成功のポイント】

- 濃いリストに対して配信された
- 一見、業務連絡と思われるレター風原稿にされた
- 無料セミナー

## 【お客様事例3 の公開原稿】

2011年1月吉日

無料

# 情報セミナーのお知らせ

している今だからこそ。で売上と信用の向上。

拝啓 深秋の候、貴社におかれましてはますますご清栄のこととお慶び申し上げます。  
平素は格別のご高配を賜り厚く御礼申し上げます。

お世話になっております。この度、をお考えの御社と相互にメリットが生み出せるパートナーシップを築くことができればと思い、勝手ながらFAXにてお知らせさせていただきました。

弊社では、登録者数8,000社を超えるの正規販売代理店としてサービスを開始することになりました。( )

現在4,345、累積登録教  
では収集できない

そこで資格をお持ちの企業様へ下記のとおり開催致したくさせていただきますので、下記必要事項申し込み込み(http://www.gomuso.com)でご多用中誠に恐縮でございますが、検討の上ご来臨賜りますようお願いし、略式ながら書中をもってご挨拶申し上げます。

拝啓 深秋の候、貴社におかれましてはますますご清栄のこと  
平素は格別のご高配を賜り厚く御礼申し上げます。

お世話になっております。この度、をお考えの御社と相互に  
ことができればと思ひ、勝手ながらFAXにてお知らせさせていただきます。  
弊社では、登録者数8,000社を超えるの  
サービスを開始することになりました。( )

現在4,345、累積登録教800,000件を突破し、手  
では収集できないをも網羅しています。( )

そこで資格をお持ちの企業様に対して、この情  
セミナーを下記の通り開催致したくご案内申し上げます。参加  
させていただきますので、下記必要事項にご記入の上そのまゝ弊社  
申し込み(http://www.gomuso.com/)ください。確認でき次第  
ご多用中誠に恐縮でございますが、一般的に  
検討の上ご来臨賜りますようお願い申し上げます。  
略式ながら書中をもってご挨拶申し上げます。

開催日時： 2011  
京都府

受講料金： 無料

開催場所：  
大阪  
大阪市

募集人数： 40名

講義内容： 第一部  
第二部

参加特典： 御社業界の競合他社の分かる資料

FAX: 06- or TEL: 06- もしくは 大阪 セミナー (検索)

御社名	電話番号
ご担当者様名	メール

☐ 案内停止希望 (大変失礼しました。今後ご案内が必要な場合はチェックしていただき、そのままご返信ください。)

■タイトル(キャッチ):  
受け取った側が興味を持ちそうな  
「〇〇情報セミナー」という形と、「お知らせ」という  
文言で業務連絡のように表現します。

■サブタイトル(リード):  
共感を呼ぶような提案をしている文言を使います。

■本文：

①挨拶は業務FAXのように表現  
（「拝啓～敬具」の形式）

②FAXの意図を簡潔に説明

### ③実績をアピール(具体的数値で)

④本題  
(無料セミナーの案内)

### ⑤クロージング (申し込み方法の案内)

### ■セミナーのポイント:

- ・無料であること
- ・参加時に特典が貰えること

■返信欄:必要最低限の情報に限定します。  
(あまり項目が多いと申し込み率が下がることを考慮されています)



### 「反響数10件＝申し込み数10件」の事例

■配信先:小売飲食店以外の法人

■リスト種類:

当社のレンタルリスト(一般法人データ)

■目的:セミナー集客

■配信件数:5,816件

- ・クレーム件数:2件(0.03%)
- ・問い合わせ件数:10件(0.17%)
- ・申し込み件数:10件(0.17%)

■売上効果:約50,000円

■配信コスト:5,816件×@8円=46,528円

■原稿公開:公開NG

#### 【コメント】

原稿の公開はNGということですが、拝見させて頂いたところ非常に「インパクトがある」FAX原稿でした。

有料セミナーの場合、反応ゼロというケースがよくありますが、有料セミナーで0.2%近くの「申し込み率」はお客様のセミナーの内容が魅力的に感じた方が多かったのではないかと思います。

更に、顔写真(笑顔で親近感が湧く)を挿入されていたのも大切なポイントではないでしょうか。

また「参加者特典」として、有料でもそれに見合う、もしくはそれ以上に価値を感じて貰える「おみやげ」を提示することが申込する理由付けになったと感じました。

#### 【成功のポイント】

- 短くてインパクトのある分かりやすいキャッチフレーズ
- 顔写真を挿入し、親近感を演出された
- 魅力的な「特典＝おみやげ」を提示した



# 225件の配信で約30万円の売上に繋がった事例

■配信先:○業界の卸売業者

■リスト種類:持ち込みリスト

■目的:法人営業開拓(商品の販売)

■配信件数:225件

・クレーム件数:1件(0.4%)

・問い合わせ件数:2件(0.8%)

・申し込み件数:?

体験版(無料)の申し込みに誘導

■売上効果:約300,000円

■配信コスト:225件×@10円=2,250円

■原稿公開:公開NG

## 【コメント】

225件という比較的少ない件数で反響を獲得された事例です。

持ち込みされたリストがターゲットの業界にピンポイントであったのかな？と感じました。

また、原稿の切り口が「体験版」という無料オファーが効果的だったのではないのでしょうか。

FAX原稿を拝見させて頂いた感覚から、原稿タイトルや原稿フッター部の締めコメントが親近感を出す「手書き」であったのがより一層の効果を出されました。

## 【成功のポイント】

■濃いリストに対し配信された

■直接売り込みではなく、無料体験版として案内された

■原稿ヘッダー、フッターは手書きで親近感を出された