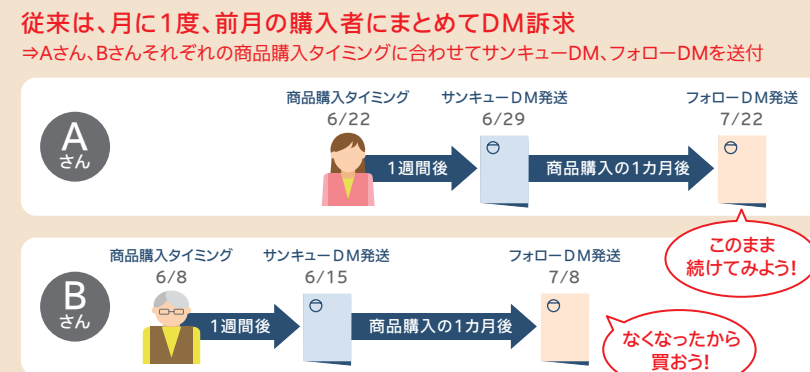


CloudDMの活用例

活用例 1 健康食品通販会社

定期購入後にタイミングよく フォローDM、購入継続維持!

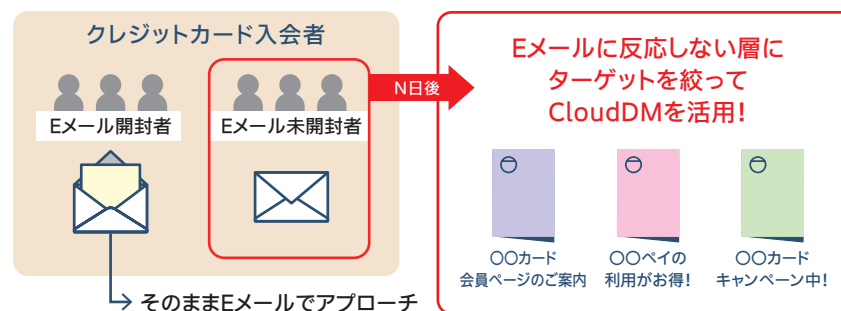
従来は購入タイミングが顧客ごとに異なるにもかかわらず、企業側の都合で、一律のタイミングでDMを送付していましたが、CloudDMを活用して購入者一人ひとりの購入日に合わせたDM訴求を行い、商品購入の継続率UPを図りました。



活用例 2 クレジットカード会社

スマホアプリの活用促進DM、 加入後の登録数UP!

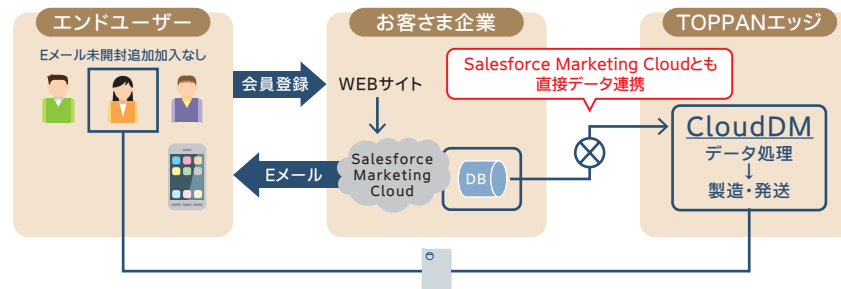
クレジットカード入会後に、会員専用ページの登録やスマホ決済アプリの設定を促進するためEメールを送り、未反応の方にはDMを組み合わせてアプローチし訴求力をUPしました。



活用例 3 通信サービス会社

Salesforceと連動した 囲い込みDM、申込率UP!

会員登録後、有用な情報と追加加入案内をEメールで送信し、その1週間経過後に加入していない会員の情報をSalesforce Marketing Cloudからデータ連携し、紙DMを送付しました。



TOPPAN

MA連動型パーソナルDM 発送サービス



マーケティングやDMに関わる皆さまへ

デジタルマーケティングとの融合により DMによる顧客コミュニケーションが 変化しています!

\\ 例 え ば //



タイミングを逃さずパーソナルな情報をお届けするDMサービス「CloudDM」のご紹介

※記載された製品名などは、各社の登録商標あるいは商標です。
※本カタログに掲載の機能・内容などは予告なく変更になる場合がございます。

TOPPANエッジ株式会社
<https://www.edge.toppan.com/>

B222033-2303R
©TOPPAN Edge 2023.4 KI

タイミングを逃さず パーソナルな情報をお届けする DMサービス「CloudDM®」

このような課題をお持ちではないですか？ CloudDMが解決します！

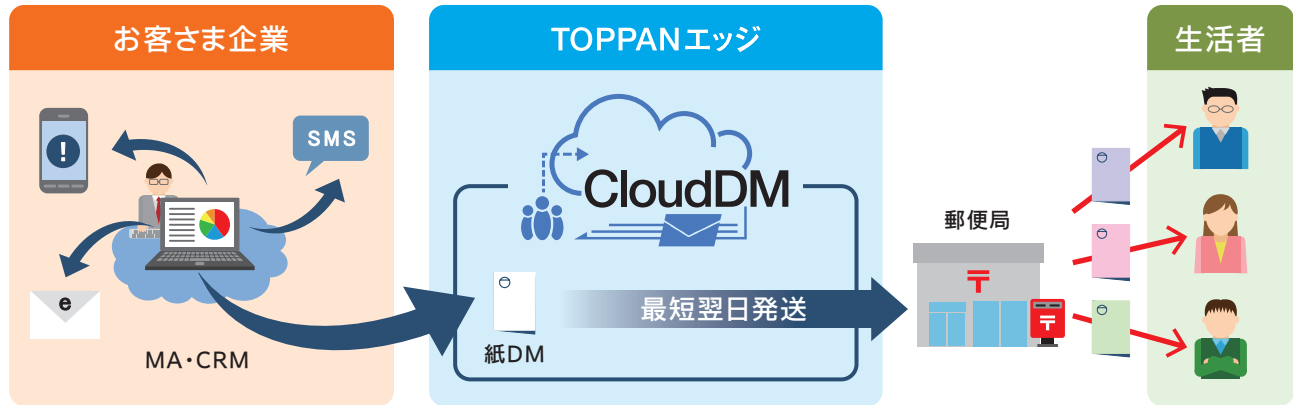
従来のDM課題

- 即時に送ることが難しい
- まとめて作らないと負担大
- どの顧客にも同じコンテンツ
- 費用や手間がかかる
- デジタル施策とは別の単独施策

CloudDMの特長

- お客さまからデータ受領後、最短翌日にDM発送
顧客ごとにパーソナルなDMの即時発送が可能
- 月間のご利用通数により費用が決まる従量課金制を採用
予算管理が容易で、スモールスタートも可能
- さまざまなMAと自動連携メニューを用意
デジタルメディアと連動した施策の展開が可能

CloudDM(クラウドディーエム)は、お客さまのMA・CRMツールと連携し、最適なタイミングでパーソナルなDMを発送するサービスです。



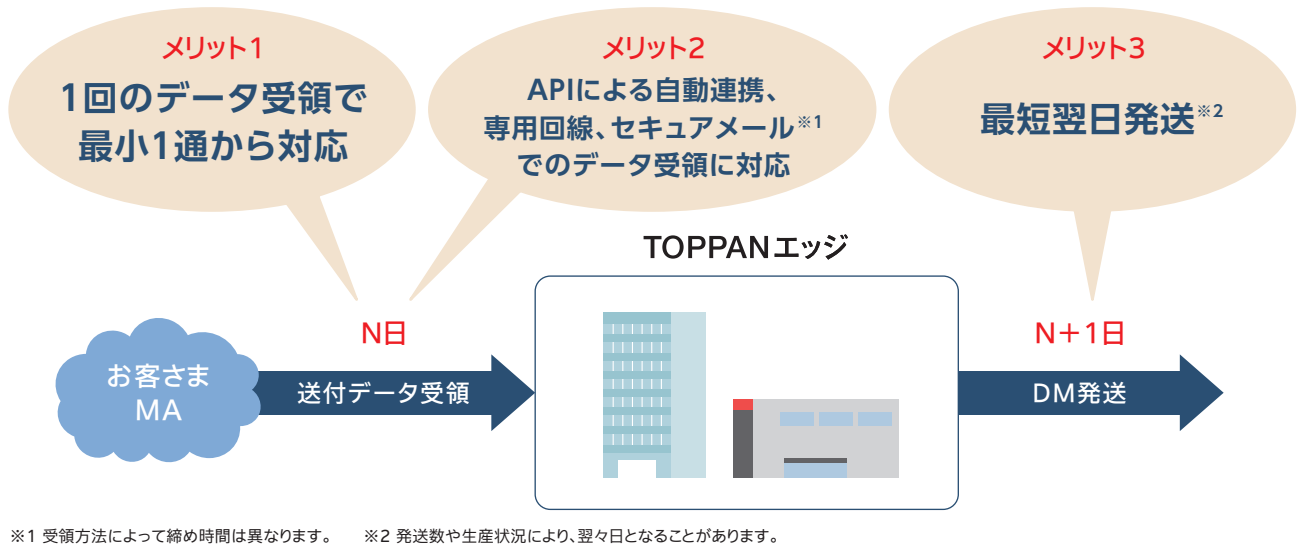
デジタルマーケティングによる顧客コミュニケーションと融合し、EメールやSMSなどのデジタル媒体と連動した紙DMの活用が可能となり、高い販促効果を発揮します。

<メディア比較>

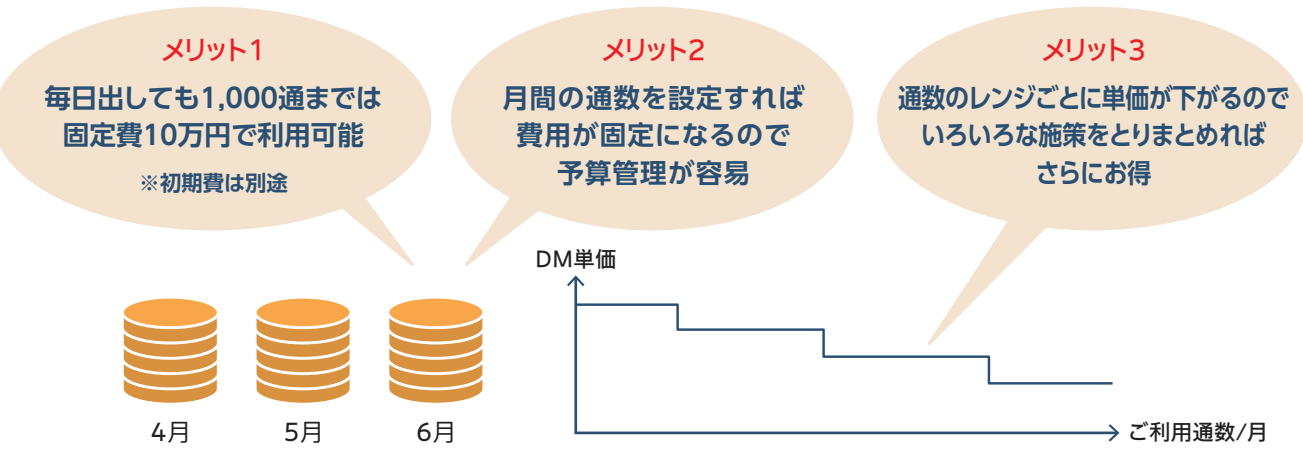
	CloudDM	Eメール
開封されやすさ	手元に直接届き、じっくり見てもらえる	埋もれてしまい、開封されにくい
スピード	即時発信（最短翌日発送）	即時配信
価格体系	月間従量課金制	月間従量課金制
質感	五感に訴え印象に残りやすい	画面上のみで表現される
効果の継続性	長期的に保管でき、効果が持続	到着時の瞬間的な効果

CloudDMの特長

特長 1 お客さまからデータ受領後、最短翌日にDM発送
顧客ごとにパーソナルなDMの即時発送が可能



特長 2 月間のご利用通数により費用が決まる従量課金制を採用
予算管理が容易で、スモールスタートも可能



特長 3 さまざまなMAと自動連携メニューを用意
デジタルメディアと連動した施策の展開が可能

