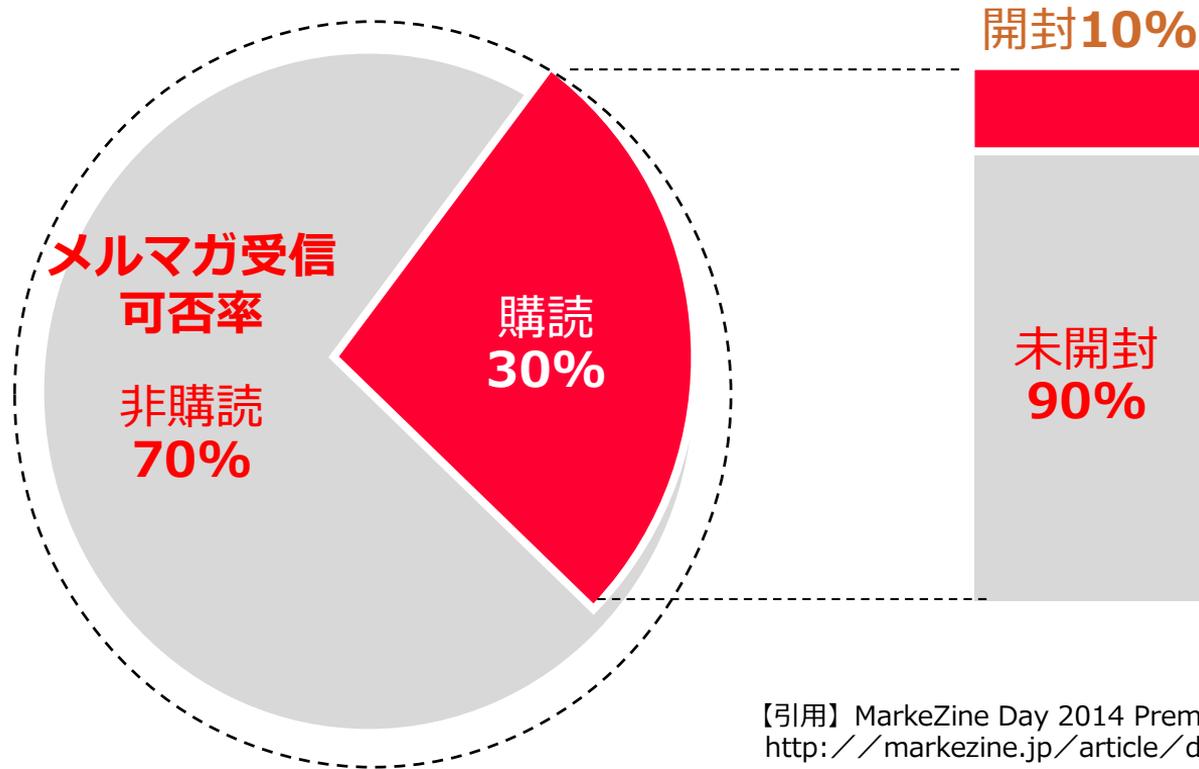


メールの到達性

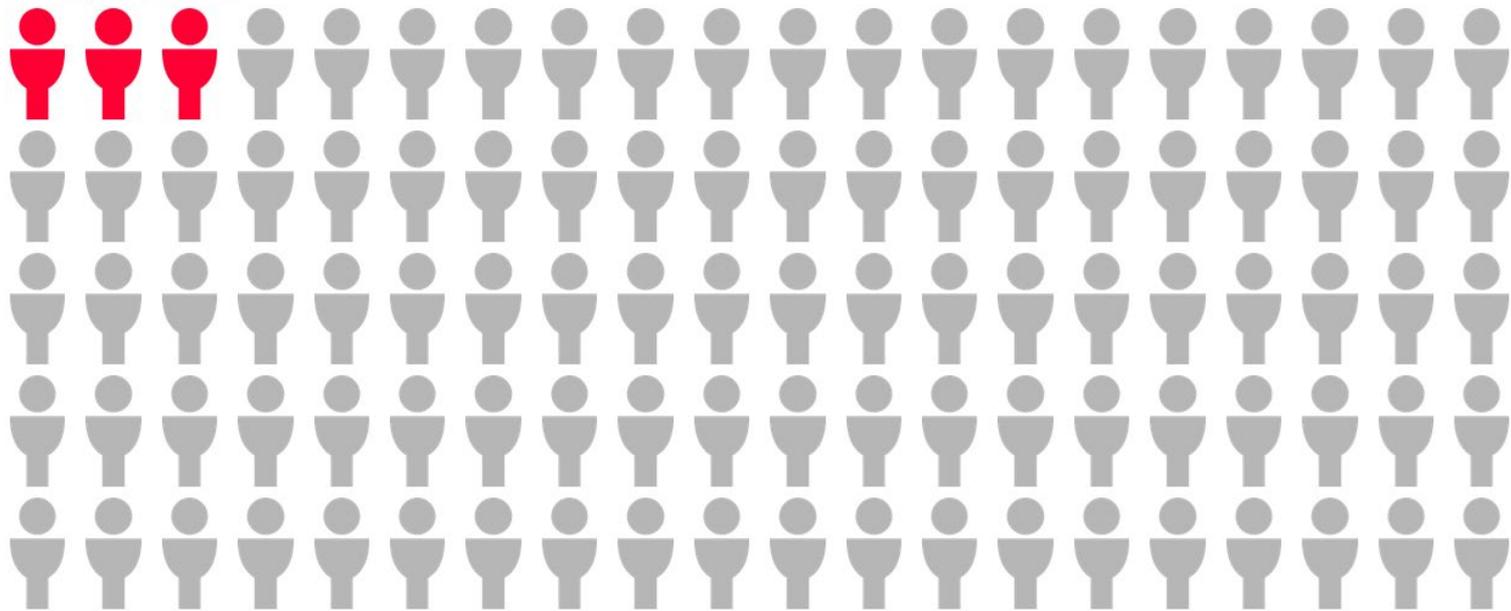


【引用】 MarkeZine Day 2014 Premium DMPLレポート
<http://markezine.jp/article/detail/20183>

会員数が10万人の場合

3,000人
100,000人

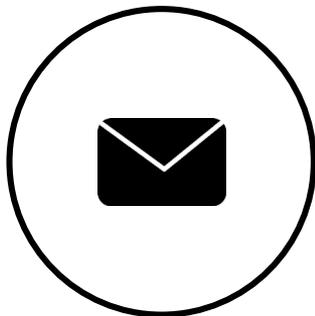
メール開封者数



クロスチャネル

ユーザーとの接点を**多角的**に作る

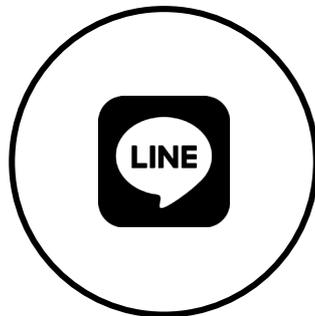
メール



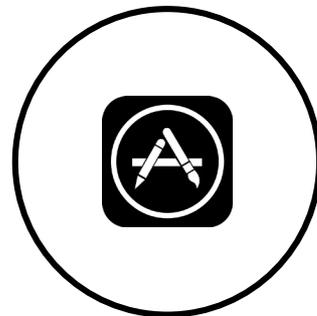
広告



LINE



アプリ



LINEのインパクトは大きい

国内月間
アクティブ
ユーザ数

8,200万人
以上

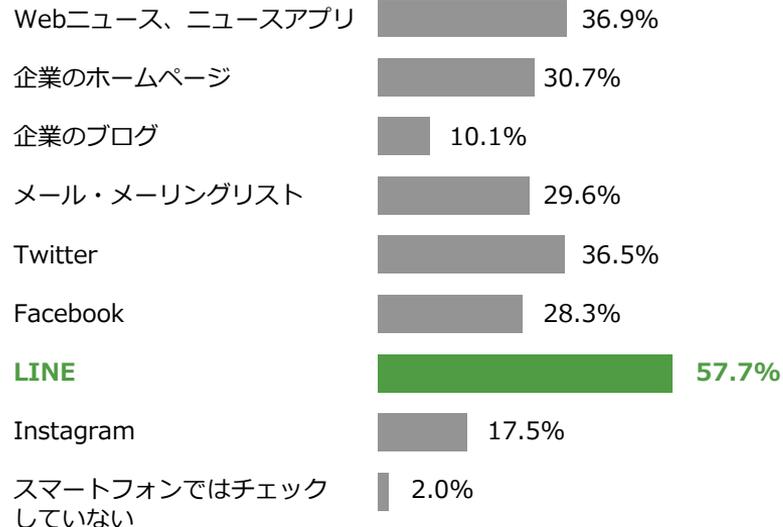
||

日本の人口の
64%以上

日間・月間
アクティブ
ユーザ比率

86%

企業情報をスマートフォンで収集する際に
使用するツール（抜粋）



新料金体系

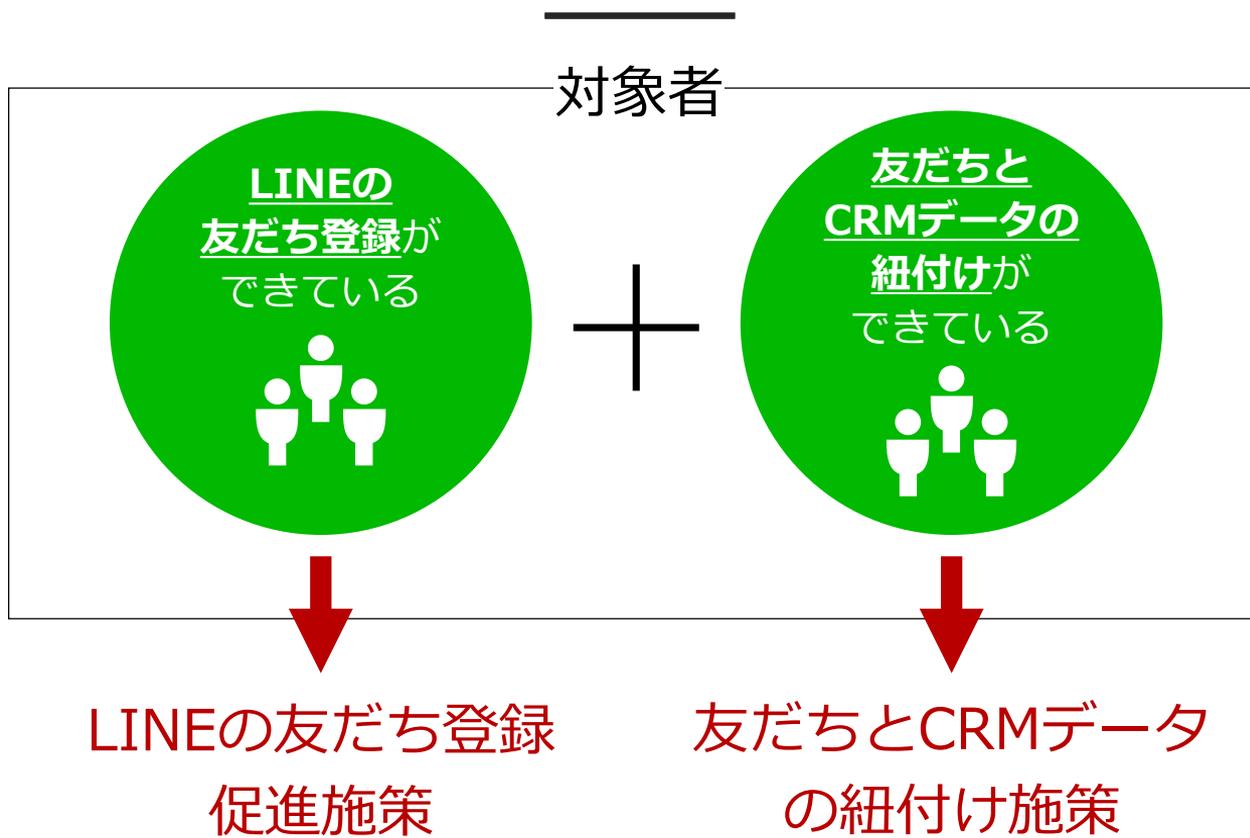
	フリープラン	ライトプラン	スタンダードプラン
月額	0円	5,000円	15,000円
無料メッセージ数	1,000通	15,000通	45,000通
追加メッセージ料金	追加購入不可	5円／1通	～3円／1通

影響範囲が大きい

ポイントは通数課金

旧料金	新料金
友だち数に応じた課金	通数に応じた課金
何回配信しても料金は一定。	配信数が増えれば料金は高騰する。

セグメントできる対象者の母数を増やす



顧客データを活用した広告配信の仕組み

貴社配信リスト

広告媒体が保有するリスト



企業が保有している
メールアドレス
電話番号

○○○○



Yahoo! ID
登録メールアドレス



Facebook
登録メールアドレス

ターゲットに合わせた広告配信

どれくらいマツチするのか？

• Facebook : __%

• Yahoo! : __%

過去のお客様にWeb広告でアプローチ

