



ねこの手通信

2011年11月 第24号

発行: 株式会社ケイネット



ごあいさつ

寒くなってきましたが、風邪などひいていませんか?
最近、何事もタイミングが大事と気付かされた制作部 後藤です。
きっかけはインターネット。「睡眠不足で疲れがたまっている方に」という訴求の広告を見て「なんだ!」と思い即購入しました。
素晴らしいこと言っているけどタイミング次第では全く興味をもてない手てありますよね!というわけで今号は「伝えるべきタイミング」について お送りします。

絶妙のタイミングで送られてくるDM

心理 1 頼りにアプリが届いた日

どんな商品かな
おかしな目はないかな

ワクワク

心理 2 お試し期間中

あまり実感できないかも
他の人はどう感じているのかな?

心理 3 検討期間

続けるのどうしよう...

ケイネットはどの段階でどんな言葉がササるのかを知りつくしています!

(例)

ワクワク感を演出!

- ・もりだくさん感
- ・期間限定のお得感
- ・お客様の喜びの声

飲んだらおかしそうと感じてもらう

(例)

商品の良さを理解してもらう

- ・続けることの大切さ
- ・商品のこだわり
- ・開発者の声など

親近感をもってもらい他社との違いをうちだします

(例)

続けてみないとわからない

続けてはじめてわかる商品の良さ。

続けることの大切さをお声などでしっかり伝えます

今のDMこのままでいいのかな? リンでも迷われた方は **ケイネットまで!**