

# 定期コースを「自ら」選ぶお客様が増えた、価格設定のしかけ

定期コースのお客様は売上を支える「命」。

お試し商品でとにかく見込リストを多く獲得して、定期コースへ引き上げる  
単品通販の王道「2ステップ」販売の中でも、  
私が担当させていただいたクライアントで、こんな成功事例がありました。

**before**



お試し  
2週間分  
980円

定期コースなら  
1ヶ月分2,500円

**after**



お試し  
1週間分  
980円

定期コースなら  
1ヶ月分2,500円

左右の違いは、お試し商品が「2週間分」か「1週間分」か、というだけ。  
リニューアルのタイミングで、お試しの容量を減らし、価格は据え置きに。  
たったそれだけで、受注時に「自ら定期コースを選ぶ」お客様が急増!!

理由は明白、「定期コースの方がお得だから」。  
インバウンドでのアップセルトークとの相乗効果で、初回から定期コースを選ぶ  
方が、10%前後 → 35%前後 にまで上がりました。

全体的なレスポンス件数も下らず、定期獲得の成功実績となりました。

## 夢の4コマ劇、場巻の巻 ラジオの誘惑の巻



## つづり 広告の成功は、商品の「売り方」も大事な要因というわけです

例えば  
同じ  
広告費  
10万円  
でも...

**1** 無料・2ステップのとき



お試し  
今だけ  
無料

見込客100件 CPR 1,000円  
引上 10% CPO 10,000円

無料サンプル見込客は獲得できる  
が引上率が高い

**2** 有料・1ステップのとき



定期コース  
初回引額  
1,250円

定期顧客20件 CPR 5,000円  
引上 0件 CPO 5,000円

1ステップで初回定期顧客が  
獲得できるが、件数が少ない

**3** 有料・2ステップのとき



お試し  
1週間分980円  
定期コース  
1ヶ月分2,500円

見込60・定期20件 CPR 1,250円  
引上 20% CPO 3,125円

定期も含めた顧客リストを獲得。  
有料サンプルの引上率も良い

上記の場合は、③が最もCPO（本品購入客獲得単価）が良く、効率的ということになります。

もちろん、商材の内容、価格帯によって、結果は様々。時間はかかりますが、媒体選定、クリエイティブだけでなく、  
その後の定期引上まで検証し、良し悪しを正しく判断することが大切です。

「どのようにテストすれば良いの?」「どうやって検証するの?」迷った方は、ケイ・ネットまでご連絡を!

編集後記 ▶▶▶ 小川

今月の「ねこの手通信」いかがでしたか?  
やたらと自分の写真が出ていますが、現在  
ダイエット中です。次の機会では、ほっそり  
した姿をお見せできるようがんばります!  
もちろんお仕事もがんばります!!

お問い合わせはお気軽に!

TEL 06-6315-3001 FAX 06-6315-3005

E-mail office@k-nt.jp

ホームページ http://k-nt.jp

株式会社ケイ・ネット 〒530-0028 大阪市北区蔵田4-12 浪速ビル東館7F

「ねこの手通信」の  
ご感想も  
お待ちしております!!

検索