

新規ターゲット参加型 詰め放題®ポスティング

詰め放題®は なぜ集客力があるのか！



行列が出来る理由を徹底分析！

その1 箱を手にした顧客の心理とは？

いつも興味のないDMは開けずに捨てているが、珍しい箱がポスティングされていたので開けてみた。

普段スーパーでやるような詰め放題を住宅展示場で出来てびっくり！子供がお菓子の詰め放題に参加して夢中になっていた。



箱がポストに入っていて、近くが分譲地になっていることを知り、行ってみようと思った。

普段行く機会のない住宅展示場に詰め放題をキッカケに来場し、長時間ショールームにいたのでそこの生活を想像しました。

野菜が高いので、無料で野菜がもらえるなら、参加して頑張ってたっくさん詰めようと思った。

その2 詰め放題ポスティングが集客に向いている理由とは？

他のイベントより手間をかけずにプロモーション展開ができるので担当者の負担が少ない。

いつもの社名入り封筒では開けてもらえないが箱の配布物で珍しいので高確率で告知が出来る。

詰め放題イベントでショールーム内にお客様が長い時間滞在するので、説明やお勧めがしやすい。



店舗近隣にポスティングをしたおかげで、お近くのお客様にターゲットを絞りPR出来た。

詰め放題する商品（野菜やお菓子）も手配してもらえるので楽しかった。

その3 詰め放題ポスティングの実際の実績とは？

単位 10組 100組

野菜3品 詰め放題			赤たまご 詰め放題			ラーメン 詰め放題			焼割甘栗 詰め放題		
クライアント	W社	来店率 約15%	クライアント	Sハウス社	来店率 約17%	クライアント	S住宅	来店率 約9%	クライアント	Tホーム社	来店率 約15%
ポスティング部数	1,500部		ポスティング部数	3,000部		ポスティング部数	1,000部		ポスティング部数	3,000部	
集客実績	100 200 225		集客実績	100 500 510		集客実績	10 50 90		集客実績	100 400 450	

詰め放題を持ってターゲットが「詰め放題」に参加

ポスティングで新規来場者数最大50%UP!

