

**デジタル広告とアナログ広告の長所、利点を融合させた DM 制作システム「TRIGGER DIALOG」を販売開始
～DM 制作担当の業務負担軽減、ネット広告だけでは届かないターゲット層からのレスポンスを大幅に向上～**

ヤマトホールディングス株式会社とドイツポスト DHL (本社:ドイツ ボン、以下「DPDHL」)の合弁会社として設立された^{※1} ヤマトダイアログ&メディア株式会社(以下「YDM」)は、ダイレクトメール(以下「DM」)のパーソナライズドデザイン^{※2}と印刷・配達の発注をオンラインで可能にする「TRIGGER DIALOG(トリガーダイアログ)」を2019年4月22日(月)から販売開始します。

記

1. 背景

近年、国内ではマーケティングオートメーション(以下「MA」)^{※3}の認知や導入事例が増えており、MA市場は今も急速な成長を遂げています。矢野経済研究所の調査では、2020年の日本国内 MA市場規模は2014年比で約2.5倍の420億円に達すると予測され、その後もさらなる拡大が見込まれています。

しかし、スマートフォンが普及することでユーザーのWeb接触時間が長くなったものの、Web上にはネット広告が溢れ、そのことで逆にユーザーの広告慣れを招いています。

一方“紙メディア”は、現物性・視認性の良さから価値が見直されているものの、インターネット広告のような顧客の興味関心にあわせたリターゲティングができず、該当しないユーザーから敬遠されてしまいます。

また、DM発送における通販・EC事業者などのクライアントの業務負担などの課題もありました。

これまでYDMは、「宛名なしDM」^{※4}を提供し、クライアントの新規顧客開拓を支援するダイレクトマーケティング事業を推進してきました。また、DPDHLはドイツ国内でMA連動型DM配信サービス「TRIGGER DIALOG」を2016年から展開し、大企業など100社を超える導入実績を誇っています。

今回、YDMはDPDHLの「TRIGGER DIALOG」を日本国内で開始します。これにより、クライアントは印刷媒体を使った顧客セグメント別の効果的なアプローチが可能となり、さらにDMの制作から配達までをワンストップサービスにすることで工数半減も実現できます。

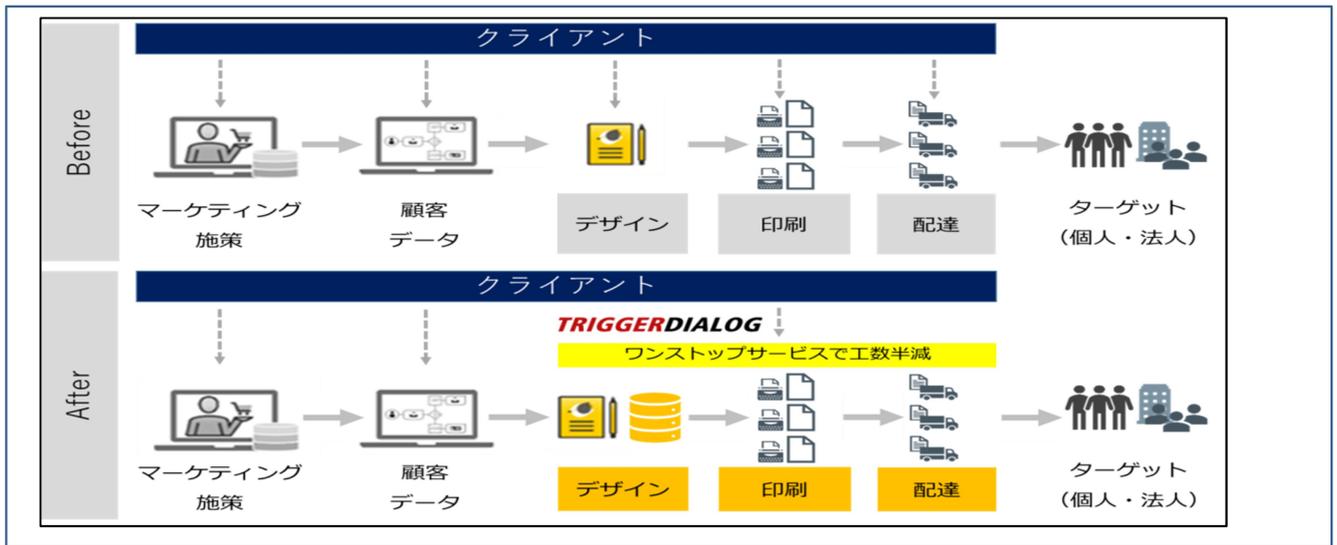
2. 「TRIGGER DIALOG」の特徴

(1) パーソナライズド DM のデザイン機能が充実



- ①顧客ごとの購買履歴から、レコメンド機能のような可変印刷が可能。
- ②トンボ^{※5}やCMYK^{※6}など紙独自のルールを意識せず、オンラインで誰でも簡単入稿。
- ③DM制作から印刷までかかる時間を従来の1/3まで削減。クリエイティブ制作支援(別途費用)。
- ④YDMがDM事業で13年間培った多数のテンプレートも利用可能。
- ⑤小ロットからスピード製造が可能。

(2) ワンストップサービスで工数が半減



(3) 初期費用ゼロ (MA 連携時の開発は別途お見積り) で簡単にパーソナライズド DM が利用可能
固定費用の一例: ハガキサイズ 160 円/通 (税別) 、ハガキサイズ圧着 200 円/通 (税別) など

【TRIGGER DIALOG の概要】

「TRIGGER DIALOG」は、主に通販・EC 事業者など顧客 (既存・見込み) とのコミュニケーション活性化のためのパーソナライズド DM ソリューションです。

企業のマーケッターは「TRIGGER DIALOG」を活用することで、MA や各種 CRM ツールに蓄積されたユーザーの行動履歴や閲覧商品に関するデータと連携し、自動でそのユーザーに適したクリエイティブな DM を制作したり、レスポンス率 (反応率) の高い DM 施策を実施することが可能となり、売り上げ増加や競合他社への流出防止が期待できます。

さらに、デザイン・印刷・配達の手配など、従来の煩雑な DM 発注オペレーションをワンストップサービスで工数半減を実現することができます。

ドイツ国内では 5% を超えるレスポンス率や、50% を超える工数削減をクライアントに提供することに成功しています。

参考: 「TRIGGER DIALOG」サービスサイト <https://www.ydm-trigger.jp/>

3. 今後の展開

YDM は、「TRIGGER DIALOG」の機能強化に加え、パートナー企業の開拓を通じた印刷・配達に関するサービスレベル向上を進め、今後 3 年間で 30 社を超えるクライアントの獲得を目指します。

さらに企業の新規顧客開拓を支援する自社メディア「クロネコエリア便」^{※7} (全国で年間一億通以上流通) を連携し、包括的なダイレクトマーケティングの支援を行っていきます。

※1 ヤマトダイアログ&メディア株式会社設立および営業開始について
<http://www.yamato-hd.co.jp/news/2006/mds9bo0000001gof.html>

※2 パーソナライズデザインについて
個々人の興味・関心・行動に合わせてサービスを最適化する概念またはその手法でのデザイン。

※3 マーケティングオートメーションについて

企業のマーケティング活動において、旧来は人手で繰り返し実施していた定型的な業務や、人手では膨大なコストと時間がかかってしまう複雑な処理や大量の作業を自動化し、効率を高める仕組みのことで、また、そのような自動化を実現するソフトウェア・ツールを指す場合もあります。

※4 YDMの「宛名なしDM」について

http://www.yamato-dm.co.jp/media/kuroneko_area/md-01_index.html

※5 トンボについて

断裁の位置やカラー印刷での見当合わせのために必要なもので、これにより仕上がりサイズが決定されます。

※6 CMYKについて

Cyan(シアン)・Magenta(マゼンタ)・Yellow(イエロー)・Black(ブラック)の合成による発色方式です。絵の具やプリンタなどの色表現に用いられ、シアン・マゼンタ・イエロー・ブラックの4色を掛け合わせることで黒に近づきます(色が混ざるほど暗くなり、黒に近づくと、減法混色とも言います)。

※7 「クロネコエリア」便について

http://www.yamato-dm.co.jp/media/kuroneko_area/md-01_index.html

以上

【報道機関の方のお問合せ】

ヤマトホールディングス株式会社 広報戦略担当 佃(つくだ)

TEL:03-3541-4141 e-Mail:koho@kuronekoyamato.co.jp

【一般のお客様のお問合せ】

ヤマトダイアログ&メディア株式会社 トリガーダイアログ事務局 東野(ひがしの)・久門(ひさかど)

e-Mail:info@ydm-trigger.jp

[*サービスサイトの問い合わせフォーム、もしくは上記メールのみの受け付けとさせていただきます](#)