

販促タイプ別サンプル

無料商店街
企画資料

目次

1. 無料対象

- ◆ プレミアム・ノベルティ
- ◆ 無料サンプリング
- ◆ バンドル販売
- ◆ 抽選会・懸賞販売

2. 無料対象外

- ◆ 値引き販売
- ◆ ポイントカード

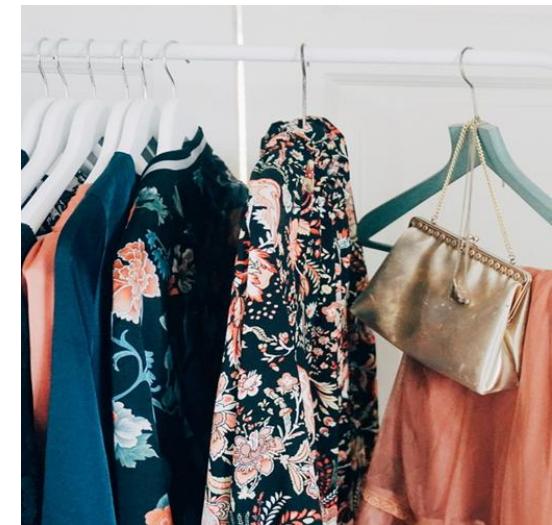
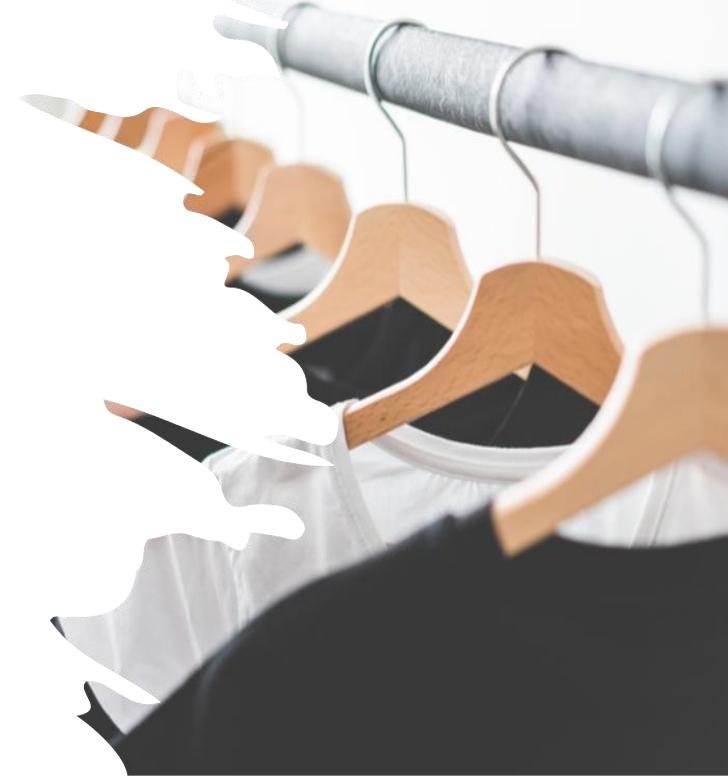
3. 条件による

- ◆ 各種クーポン

巻末ガイド

無料の企画にいくらまで投資できるか？

<DRMの事例紹介>





プレミアム・ノベルティ

無料対象

プレミアム

◆ SNS上の特典

- ・LINEの友達登録でオリジナルLINEスタンププレゼント
- ・SNSでハッシュタグをつけて投稿すると抽選で100名に商品券が当たる

◆ 商品購入・サービス利用での特典

- ・スマホケースの購入でスマホリングプレゼント
- ・学習塾への入会でギフトカード3,000円分プレゼント



ノベルティ

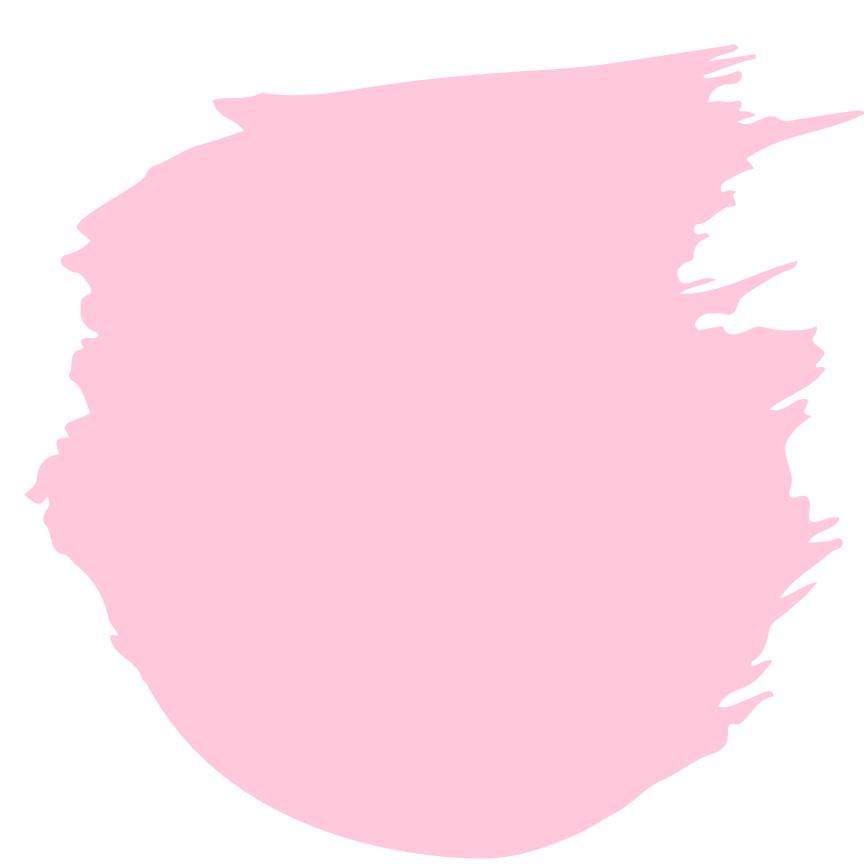
◆ 来店・来店予約での特典

- ・ご来店の先着100名様にオリジナルエコバッグプレゼント
- ・年末に自社名入りカレンダーの無料配布

◆ 資料請求・アンケートでの特典

- ・資料請求された方全員にオリジナルQUOカードプレゼント
- ・アンケートにお答え頂くとオリジナルマスクケースプレゼント





無料サンプリング

無料対象

無料サンプリング①

◆ 無料お試し

- ・ウォーターサーバー・ウォーターボトル無料お試し
- ・DVDの宅配レンタルが30日間無料お試し

◆ 無料体験

- ・学習塾での1日無料体験授業
- ・モデルハウスでの1泊無料宿泊体験



無料サンプリング②

◆ 試食販売

- ・種類が選べる宅配弁当の無料試食（65歳以上の方・初回限定）
- ・みんなの感想が一目でわかるシールアンケート付きの試食販売

◆ 送料無料

- ・オンラインストアで購入した商品を店舗受取指定にすると送料無料
- ・試着品の返品送料無料



無料サンプリング③

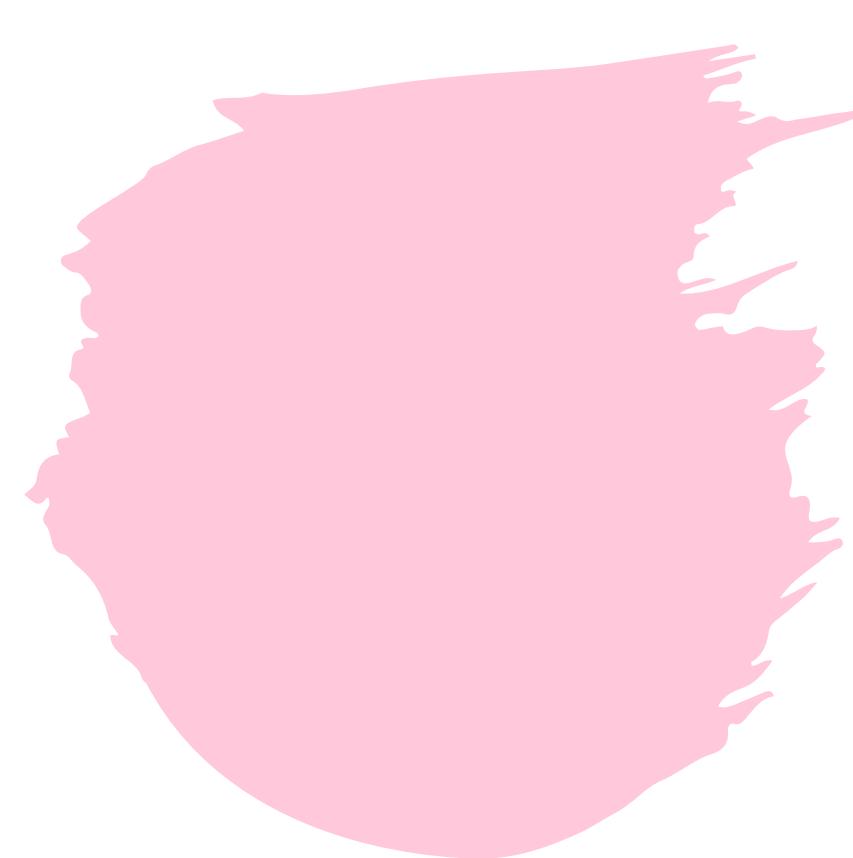
◆ 無料見積もり

- ・オーダーカーテンの無料見積もり
- ・自動車ガラスの出張見積もりが無料

◆ 無料点検

- ・タイヤ空気圧無料点検
- ・保険会社での契約内容の無料定期点検（3年に一度が目安）





バンドル販売

無料対象

バンドル販売

- ◆ 対象のピザの中から1枚注文するともう1枚ついてくる
- ◆ ドリンクを1本購入すると同じ商品の無料引換券がもらえる
- ◆ コスチュームを購入するともう1本着もらえる





抽選会・懸賞販売

無料対象

抽選会

- ◆ 市内商店街参加店でお買い上げ金額1,000円毎に商品券が当たるスクラッチカードを進呈（1会計最大10枚）
- ◆ SC各店でお買い上げ300円ごとに抽選補助券1枚進呈（10枚でお買物券が当たる抽選に1回参加可）
- ◆ 2,000円以上お買い上げで地元特産品がハズレなしで当たるガラポン抽選会



懸賞販売①

◆ オープン懸賞

- ・TWITTERアカウントをフォローしキャンペーン投稿にリツイートすると抽選で賞品が当たる
- ・アンケートに答えて応募すると抽選で賞品が当たる
- ・テーマに沿った体験談を添えて応募すると抽選で賞品が当たる



懸賞販売②

◆ クローズド懸賞

- ・商品に貼られたシールを集めて応募すると抽選で賞品が当たる
 - ・購入額に応じた抽選券（スクラッチカード・三角くじ）による福引き
 - ・対象商品を含むレシートで応募すると抽選で賞品が当たる





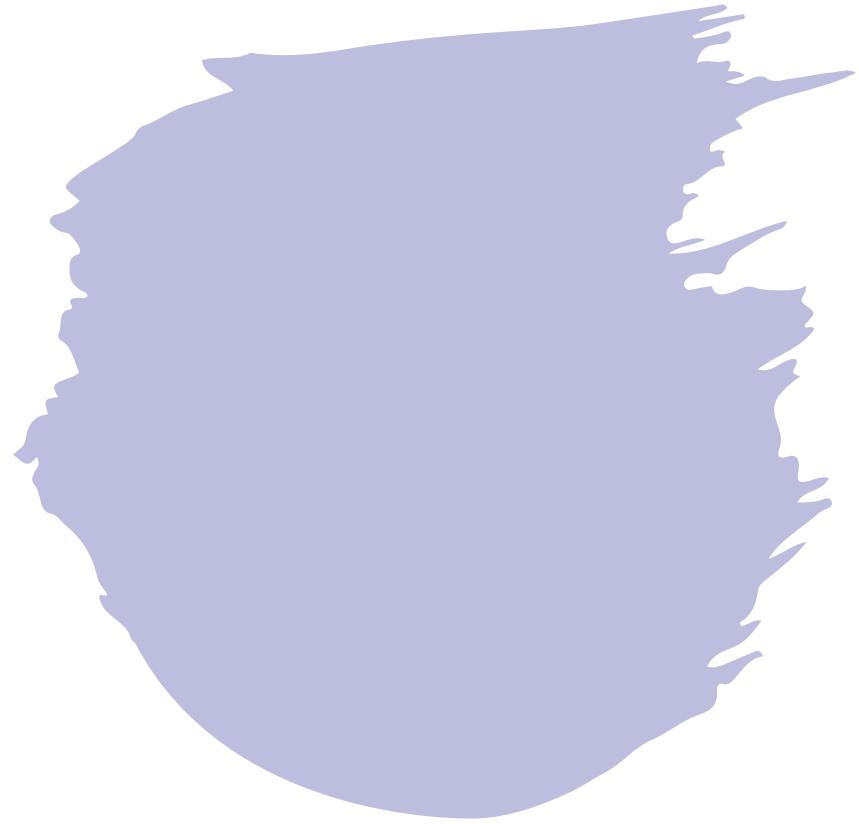
値引き販売

無料対象外

値引き販売

- ◆ 事前予約で注文代金から5%OFF（前日までの予約）
- ◆ カード会員になると通年で割引価格にてクリーニングが受けられる
- ◆ 灯油の定期配送契約でリッター2円引き





ポイントカード

無料対象外

ポイントカード

- ◆ 200円毎に1ポイント進呈（貯まったポイントはお買物券に交換可）
- ◆ ラーメン1杯で1ポイント（12ポイント貯まるとラーメン1杯無料）
- ◆ 毎月2の付く日はポイント2倍





各種クーポン

条件による

各種クーポン①

◆ 対象

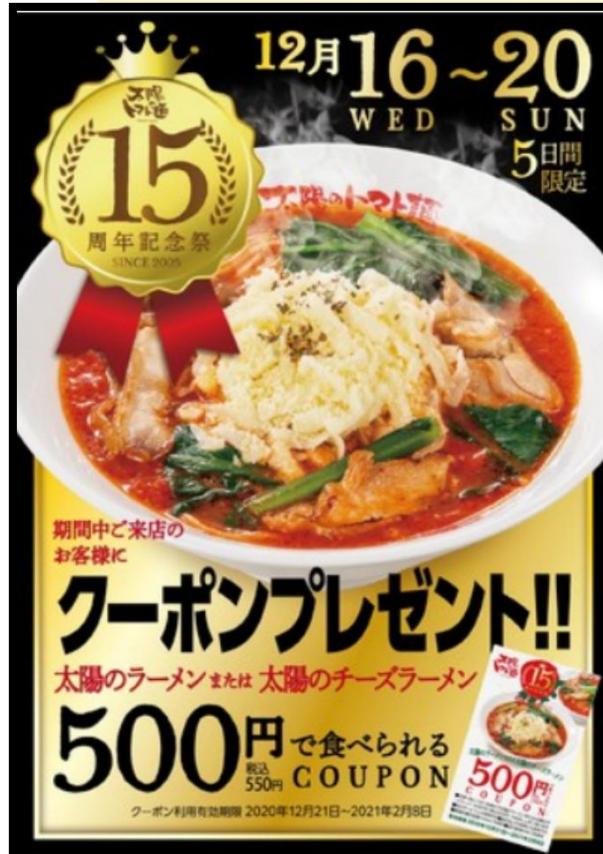
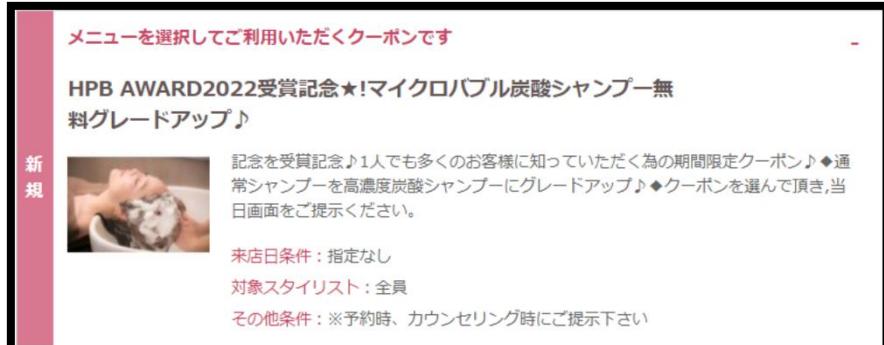
- ・料理1品サービスのクーポン
- ・スポーツジムでの初回無料お試しクーポン
- ・友達紹介でどちらもギフト券がもらえるクーポン



各種クーポン②

◆ 対象外

- ・1,000円以上お買い上げで5%OFFになるクーポン
- ・シャンプーをグレードアップできるクーポン
- ・ラーメンが1杯ワンコインになるクーポン



無料の企画にいくらまで 投資できるか？

無料の企画といっても、消費者が試してみたいと思う魅力のある無料でなければ反応が得られませんよね。かといって、いくらでも投資していい、というわけにもいきません。では、いくらまでならいいのか？無料企画を販売戦略の中でどのように位置づけるかによりますが、新規集客の獲得コストにいくらまで投資できるのかについて、通常CRM(ダイレクトレスポンスマーケティング)で使われているLTVの算出方法をご紹介します。すべてのビジネスにそのまま使えるわけではありませんが、応用は可能です。



【見込客を集めて】【顧客に転換し】【常連客になってもらう】仕組みづくり

LD × CV(R) × LTV

リード(見込み客)

コンバージョンレート(成約率)

ライフタイムバリュー(顧客生涯価値)



まず、LTVを算出します。LTVとはライフタイムバリュー(顧客生涯価値)のことです。顧客になった人がどの程度の期間、いくら売り上げに貢献するかを算出するものです。正確に算出するためには、一定期間(業種により異なる)のデータが必要になります。今回は少し大まかですが、1年間の売り上げ(粗利益)を顧客数で割った数を基準にします。これは、1人の顧客の1年間の購入金額になります。

次に見込み客の獲得コストを、成約できた人の数で割ります。

【例え】10万円の広告費を使って、20人集客し10人が成約(顧客化)した場合は、1人当たり獲得コストは1万円、広告費のほかに特典などの販促費に1人2000円使ったとすれば、1人当たり2000円のコストを加算します。仮に、2か月に1度5,000円分購入してもらえるビジネスだと、年間のLTVは3万円。粗利益率が60%だと年間では18,000円。リピート期間が平均2年間の場合、1人の顧客を獲得できれば24,000円の粗利益が加算できることになります。

業種によって内容は異なりますが、考え方は変わりません。ポイントはLTV=リピート率です。ここを増やすことができれば、収益も増え新規集客の広告投資額をアップできます。つまり、新規集客はリピート対策とセットで考えるということです。