

気でも狂ったか?? なんと・・・Web制作会社が紙版ニュースレターを発行することになりました。

いつも大変お世話になっております。
株式会社ウェーブ 代表取締役の鎌野達哉です。

突然、驚かせて申し訳ありません。
このたび、ホームページ作成会社が、あえて紙版ニュースレターを発行しました。
その第一号を誰もより早く、大切なあなた様へお届けしております。

「なんでWeb会社が、紙媒体なんか発行するの?・・・」
そう不思議に思われても仕方ありません。しかし、これには重要な理由があります。
と、申しますのも・・・

現在のビジネスシーンにおいて、ホームページ無しで商売をするということは・・・
“ 警官が丸腰で人質たてこもり現場へ突入するくらい、(笑)有り得ない話 ” かもしれせん。

しかし、全ての販促活動がホームページで完結するわけでもありませんし、
業種によってホームページより、アナログの販促ツールが功を奏する場合があります。

いずれにしてもどんな商売であれ、年齢・性別・ライフスタイル・居住区・購入頻度
などの違いが生じる(全ての)顧客に行き届く万能販促品はありません。

そこで今、見直されている仕組みが、“アナログ媒体とホームページ”の連動です。

例えば、アナログ媒体からホームページへ誘導する。ホームページで表現できない部分
を紙媒体で表現する・・・などなど。こういったテクニックが必要になってきます。

やはりどちらか一方だけの展開では「片手落ちとなり、効果も半減する!」というのが
弊社の結論です。よって、その効果を実証するために、まずは弊社が先頭に立って
アナログ媒体との融合を実践することになりました。

その実践結果(事例)として、今回紙版ニュースレターをお送りさせて頂いております。
ぜひじっくりご覧になって、Web文章との違いを肌で感じてください。

肌で感じるために、必読ホームページ <http://www.plandoweb.jp/>

追伸、発行側の立場で一言・・・もし御社がニュースレターを発行し送付した場合、お
客さんは開封という行為を経て読みます。紙媒体のメリットは、読み手(お客さん)
が開封する段階からワクワク体験をしており、その体験が顧客ロイヤリティーに繋が
っている点です。形・重さを感じさせることができる紙媒体、この部分だけはWeb
戦略では真似できない部分なのです。