DM発送後に効果を知るための取り組みについて

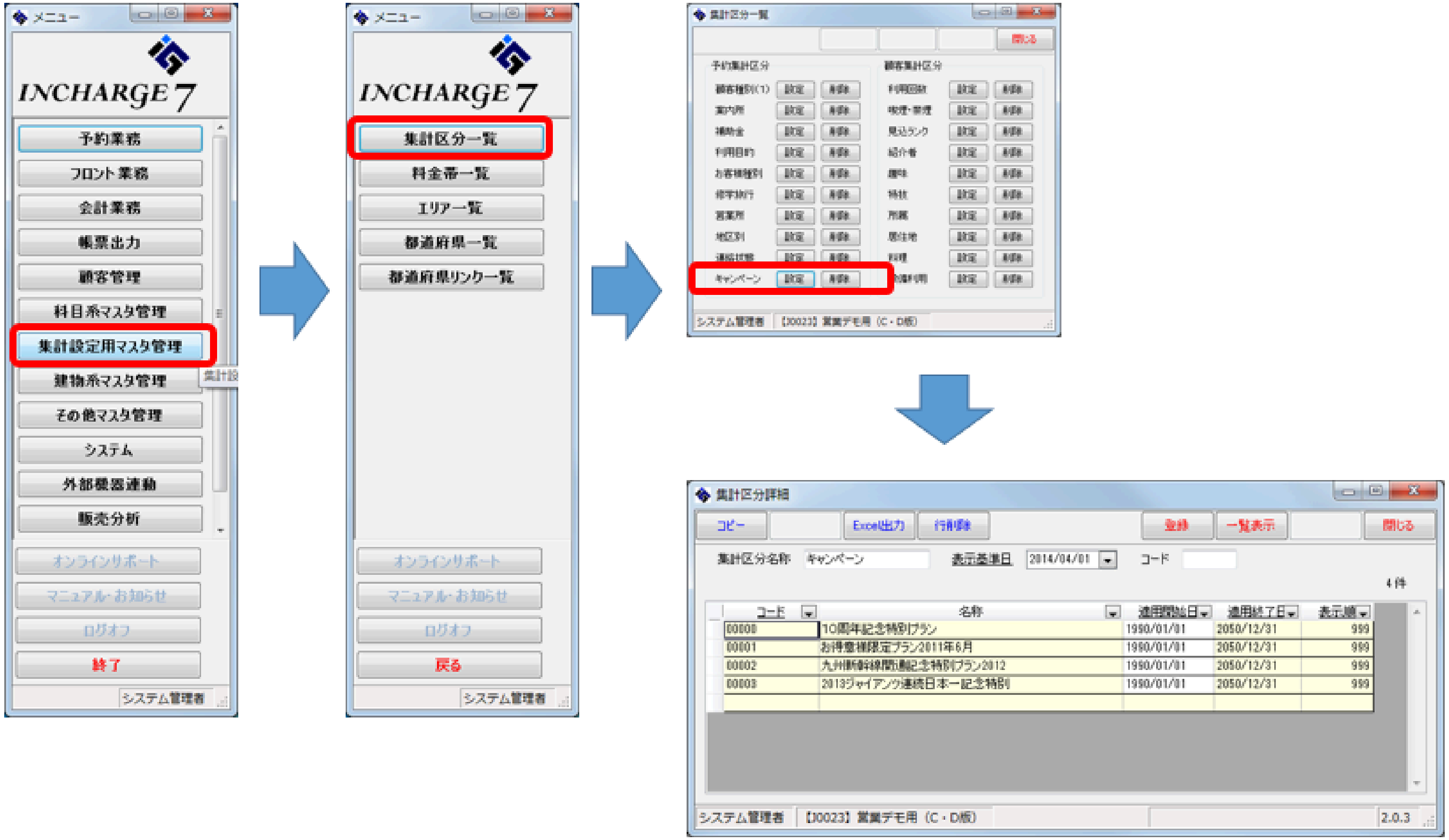
キャンペーンの案内、サンキューレターの送付など、その発送がどの程度のリピーターに繋がったのかを把握することは必要ではないでしょうか？
どういったタイミングでダイレクトメールを送付すれば興味を持って お問い合わせ頂けるのか？
そういった事を考えるためには、DMが予約に結びついた件数を カウントして分析する事が必要です。

今回は分析の元のリストを作る方法をご紹介します。

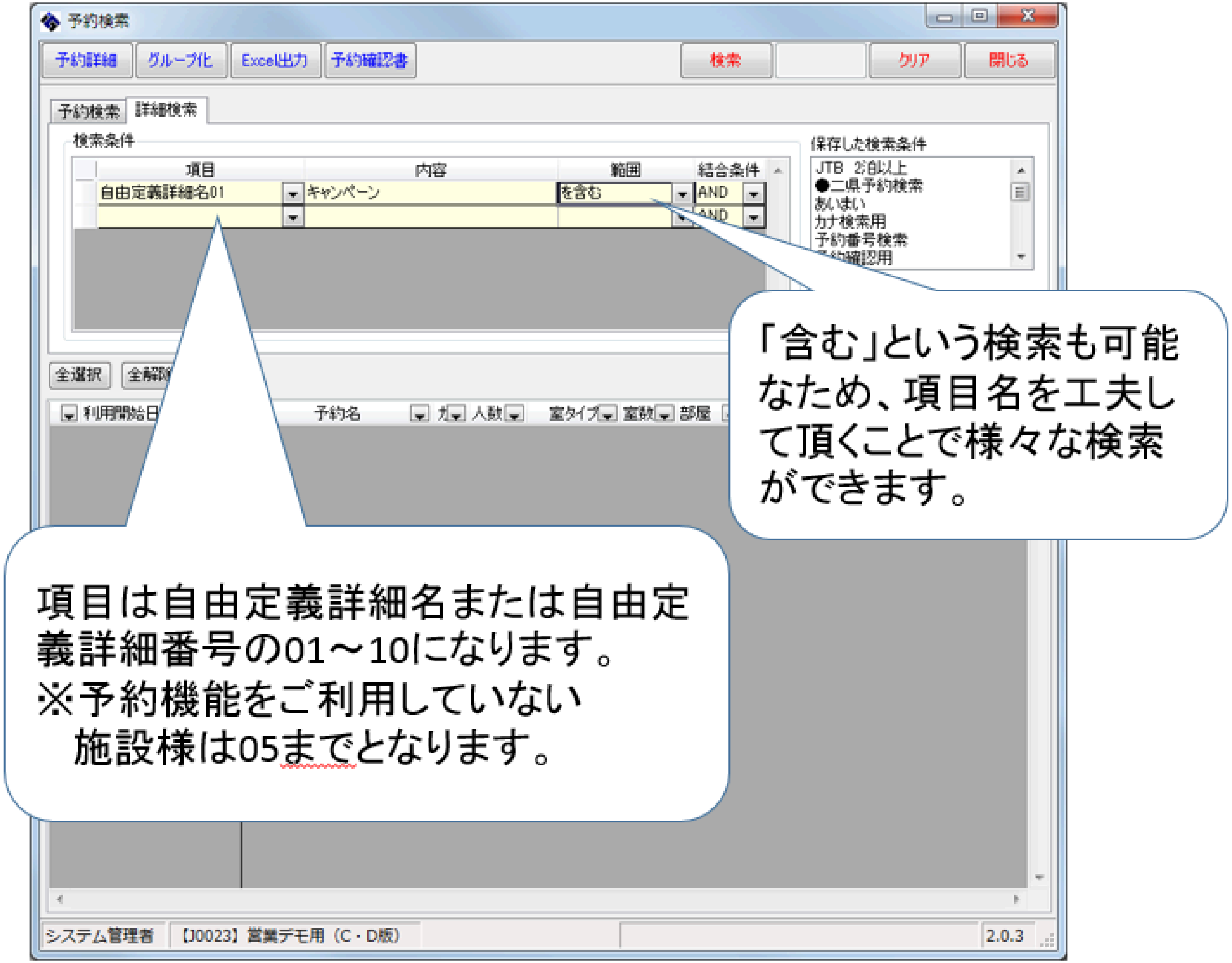
一番簡単な方法としては、DM専用のプランを作る事です。
専用のプランを作成し、予約入力時にそのプランを使って登録することで、プラン別実績にて集計することができます。
また、予約検索ではプランを検索することができますので、件数の集計や エクセルでのリスト作成を行うことができます。

ただしこの方法では、複数のプランを用意した場合や申込先が多岐にわたる場合、何回か予約検索を繰り返して結果を 合算する必要があります。

そこで集計や検索にて使用できる、集計区分を使ってみませんか？
こちらをご利用頂くことで複数のプラン・複数の申込先でも予約検索から 一度の検索で把握する事が可能になります。
※集計区分の設定はマスタ管理者以上の権限が必要になります。



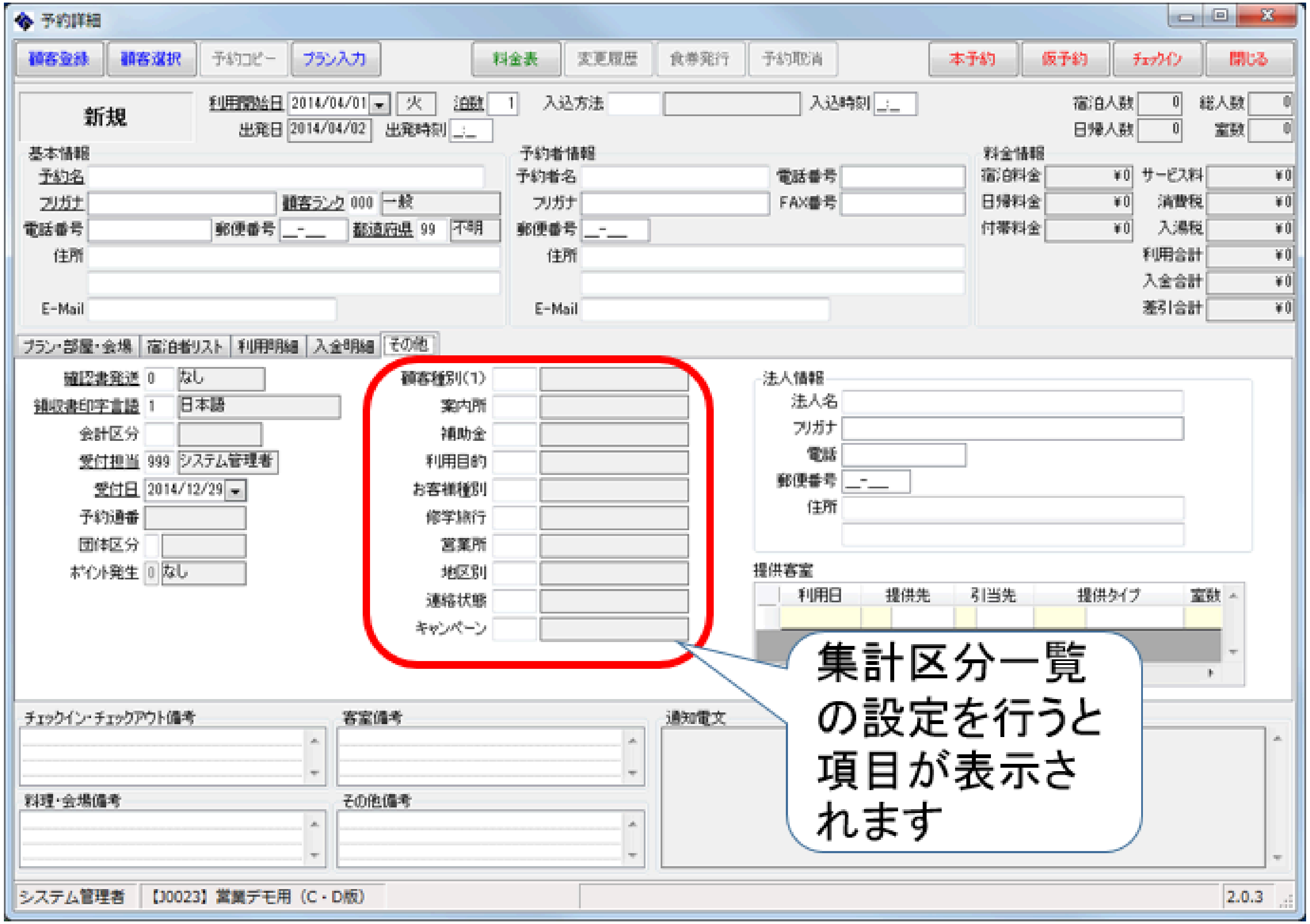
集計設定用マスタ管理＞集計区分一覧にてDM集計用に1枠使用し DM毎にマスタを作成します。
集計区分一覧を編集すると、予約詳細のその他タブに集計区分が 表示されるようになり、設定した項目を選択することが可能になります。



予約成立時にDMにて成立した予約であることを管理します。
（予約受付時に予約詳細にて集計区分の項目を選択して管理します。）

予約検索機能の詳細検索にて自由定義詳細名01~10または自由定義詳細番号の01～10を 設定し、検索を行う事で対象予約のリストを作成することができます。
※お使いの製品に予約管理機能を含んでいない場合、01～05までとなります。

※自由定義詳細名は設定した名称での検索です。名称にルールを設けることで更に様々な検索を行うことができます。
※自由定義詳細番号はコード番号での検索です。



以前ご紹介した予約詳細検索機能と併せてご活用ください。

※検索方法は顧客検索も同様です。