

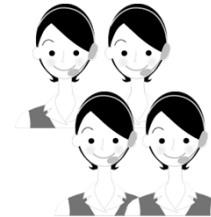
既存手法で運用するチーム と SMS手法を加えた試行チーム に分けて比較検証しました！

SMS導入無し(A)グループ



- ・5か月前から定期的に5回の郵送DM(月1回)
- ・4か月～3ヶ月前に、各お客様に架電アプローチ(2回まで)

SMS導入有り(B)グループ



- ・5か月前から送る定期的な5回の郵送DMを、2回のSMSに変更
- ・電話をかける対象には、月初にSMSを送信。月末にかけて電話フォロー等(前2頁の内容)

.....

試行では、2,000人対象 ⇒ (A)チーム1,000人 / (B)チーム1,000人

.....

**なんと！60%コストダウンで、
車検入庫促進(予約)率で、10% 向上しました。**