

作品名 _____
 DMの役割 その他 ()

ターゲット
(ペルソナ・ユーザーモデル)

実施期間 _____ ~ _____
 実施概要 DMを企画した目的・背景、DMに期待した効果、工夫した点や苦勞した点、実施結果に対する評価など

商品情報
 商品(サービス)名 _____

商品(サービス)の価格 (平均購入単価) _____ 0 円 価格(平均購入単価)が算出できない場合、斜線

実施経費 _____ 0 円 費用項目
(不明の場合は斜線をご記入ください)

発送数 _____ 0 通

実施効果

レスポンス数	0	CPR <small>(1回のレスポンスを得るための費用) 費用÷レスポンス数</small>	0
注文者数	0	CPO <small>(1回の注文を得るための費用) 費用÷注文数</small>	0
売上	0 円	平均顧客単価	0 円
レスポンス率	0 %	顧客LTV	0

上記のレスポンス数の測定項目 その他 《詳細： 》

DMにより得られた効果、お客さまの声など

商品情報
 商品(サービス)説明 商品(サービス)の特徴について

マーケティング戦略
 このDMで、解決しなかった課題など

クリエイティブ
 クリエイティブ(コピー、デザイン、パッケージのサイズ、構成など)のコンセプト、工夫した点、こだわった点、苦勞した点などについて

クロスメディア
 クロスメディア(他のメディアとの連携)を実施した場合は、どのようなメディアを利用し、DMとどのように組み合わせ、どのような効果が得られたかなどについて
 また、ソーシャルメディアとの連携を実施した場合は、どのように波及し、共有されたかといった効果

他に利用したメディア

メディアの組み合わせ方及び効果

その他
 DMを継続して利用している理由や、DMに期待していることについて