

# チラシの宣伝方法

## チラシのメリット

- エリアを限定したプロモーションが打てる
- 保管してもらいやすい(時間をかけて検討してもらえる)
- 定期配布すれば認知度を高められる
- 視認性が高い(手渡しやポストから取り出す際)
- アナログ層にも情報を発信できる

など

# デメリット

- ターゲットが絞りづらい
- 全く読まれず捨てられる可能性がある
- 効果測定がしづらい

など

# チラシ配布の方法

- ポスティング

各家庭のポストにチラシを投函するため、基本的な視認率が高い

- 折り込みチラシ

新聞購読者向けにチラシを配布でき、主婦層や高齢者層を中心に集中的にアプローチできる

- タウンプラス

日本郵便が提供しているDM配達サービス

住所や宛名の記載が不要であるため、自社に顧客リストがなくてもチラシを配布できる

- ダイレクトメール

自社の顧客リストに掲載されている顧客に郵送物を郵送する方法

郵送する顧客ごとにダイレクトメールの中身をパーソナライズすることができるため、効果的な集客効果を発揮しやすい

など

※パーソナライズ: 企業側がそれぞれのユーザーのデータにあわせて情報提供すること

## 感想

チラシを配る方法にはいくつかあるから、それらを使い分ければ、効果的に宣伝ができるなと思った。

いつもは何も見ずに捨てていたチラシも、それを作った会社の思いがあるから、少しは見てみようかなと思った。