

『化粧品・健康食品業界のためのダイレクトマーケティング成功と失敗の法則』特別付録

セールの前に準備すべき20のこと





01

歴史

創業からの年数、商品発売からの年数、研究開発にかけた年数などの歴史的価値

02

ストーリー

開発秘話や商品にまつわる印象的なエピソードを語る

03

信頼感

親会社やサポートされている会社の実績、認定工場の利用など信頼感につながる材料

04

統計データ

これまでに商品を使用した顧客数、販売数、満足（リピート）しているユーザー数、その割合などを数字で掲載

05

お客様の声

モニタで利用したユーザーの声 ユーザーボイス、SNSでの掲載例



06

専門家の推薦

美容家、美容師、医者からの推薦

※薬機法に注意

07

有名人の推薦

ターゲットに広く知られている有名人のキャスティング（イメージキャラクター）

08

動画やアニメーションによる説明

お肌（皮膚）への作用を動画やアニメーションにより説明

※薬機法に注意

09

ビフォーアフター

メイク商品の場合は積極的に利用。スキンケアの場合はイメージで伝える

10

第三者評価

〇〇で No.1、受賞歴など



11

PR・パブリシティ

雑誌掲載、TV 掲載、新聞掲載

12

インフルエンサー・モニター

アンバサダー（推薦よりも PR に近い）

13

比較

他のものとの比較、図説

※薬機法に注意

14

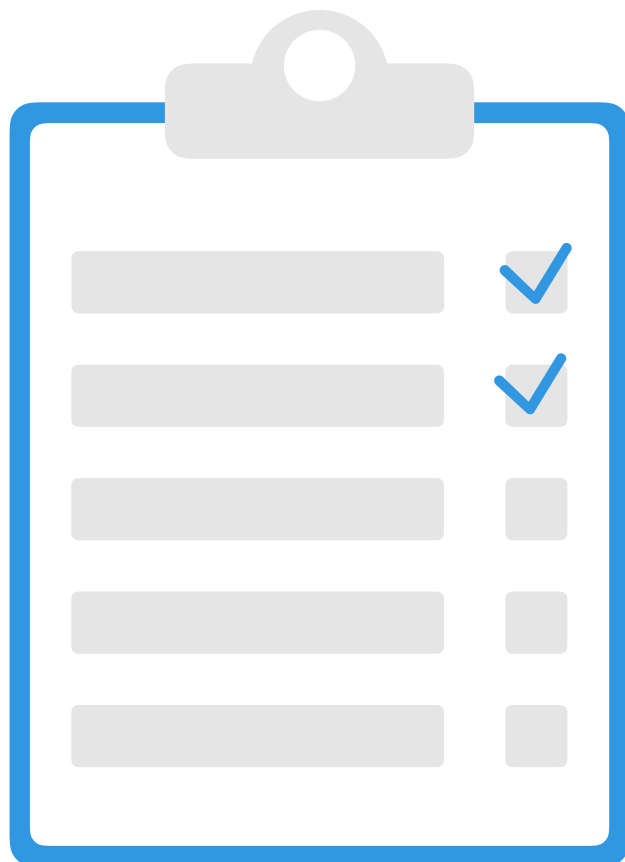
保証

全額返金保証

15

優良な顧客サービス

24時間対応、相談窓口の充実、翌日配送、当日発送、支払い方法が充実



16 問い合わせ窓口の充実

フォーム、電話、FAX、はがき、チャット

17 魅力的なオファー

プレゼント、大幅な割引、送料無料

18 個人を全面に出す

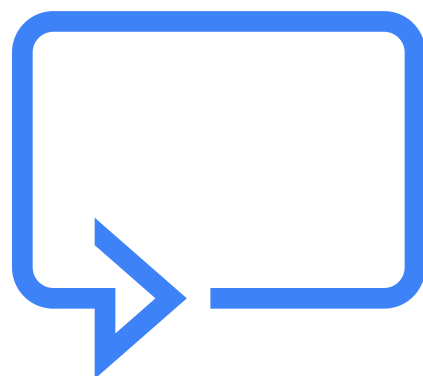
開発者、社長（ファウンダー）のストーリー

19 欠点を伝える

〇〇な方には物足りない、おすすめできない

20 FAQ

よくある質問で質問や反論に答えを用意する



One Point ADvice

あなたのウェブサイトやランディングページにはいくつかの要素が掲載できていた
でしょうか。ここにあげた20つは多ければ多いほどブランドや商品への信頼感
へ繋がり、消費者の購買行動を後押しします。

ひとつでも多く集められるようマーケティング活動を実践してみてください！