

■特典の 8 つの効果

- (1) 特典自体に注目してもらい、見込み客の興味を引く効果
- (2) 特典自体のユニークさ・話題性による宣伝効果
- (3) 購入しようかどうか、迷っているお客様の背中を押す効果
- (4) 商品の使用満足度を高める効果
- (5) 購入者の優越感をくすぐる効果
- (6) 商品の世界観を補完する効果
- (7) 受注数をコントロールする効果
- (8) 在庫処分効果

■特典の付与条件 20 パターン

(どのようなときに特典を得る資格が発生するか)

- 購入
- 購入数・購入回数・購入金額
- 同時参加人数・グループ
- 注文時期・予約
- 入会・メルマガ登録
- 抽選当選者
- 宣言・宣誓者
- アンケート・モニター協力
- レビュー記入・SNS 拡散
- 体験会来場・セミナー受講
- コンテスト参加
- 他社商品購入・乗り換え
- 類似品使用・下取り
- 紹介約束
- 人的関係 (紹介者・家族・友人)
- チャリティー協力者
- 特定セグメント対象者
- その他
- 条件なし (全員、ベタ付けなど)

■特典 (オファー) の内容 33 パターン

- 本体
- 付属品
- 特別パッケージ・プレミアムバージョン

- サンプル・ミニサイズ
- クーポン・割引券
- 金券（その店舗で使えるもの）
- ポイント（ポイントカード）
- スタンプ（スタンプカード）
- 見積もり
- シミュレーション
- 診断テスト・サーベイ・リサーチ
- 教材・セミナー受講権
- 情報（社内報、冊子、カタログ、書物など）
- 商品見学会・展示会参加権
- 自社イベント・パーティー参加権
- くじ引き・ゲーム参加権
- 納品時期・優先配送
- 支払方法（後払い・分割払い）
- 修理保証・保証期間延長
- 満足保証（使用后満足したら支払い、一度支払うが返金保証もしくは値引き）
- 買い戻し・下取り保証
- ギフト配送・ラッピング・カード
- 役務（個別レクチャー、使用方法レッスン、マッサージなど）
- 事前情報
- 特別窓口・特別担当者・VIP 対応
- 現金
- 金券（全国共通商品券・クオカードなど）
- 粗品（カレンダー、タオル、アート展、遊園地などのイベント割引券など）
- 購入行動支援（顧客の家族と一緒に説得する）
- チャリティー・慈善事業協賛（購入額の一部を寄付するなど）
- 秘密の特典（内容を伏せる）
- 選択制ギフト（好きな特典を選べる）
- 特典なし

『特典の 8 つの効果／特典付与条件 20 パターン／特典内容 33 パターンリスト』（PDF 形式、A4 サイズ 2 ページ）

※クリックするとダウンロードできます