

## 在直銷函件添加氣味有助提升回應率的實例

### 背景

I.T. 集團一直採用香港郵政通函郵寄服務，向目標顧客發布推廣活動的訊息。該公司在出席香港郵政在二〇一七年一月舉辦的“應用先進科技於直銷函件”研討會後，對於在印刷品添加氣味的意念大感興趣，並決定在二〇一七年五月的通函郵件推廣活動中試行採用。

### 策劃直銷郵件推廣活動

除了擬訂推廣優惠、構思具創意的直銷郵件設計，以及為推廣活動安排其他後勤事宜等常規工作外，這次新推廣活動還有一項重要工作，就是決定如何運用氣味。

I.T. 集團想到為 FRED PERRY 的品牌標誌添加月桂的香味，然後請收件人輕擦品牌標誌，月桂香味隨即撲鼻而來，藉此加強品牌形象，還有助引起顧客對該品牌的興趣。



### 推廣活動成效

與以往的推廣活動相比，這次在直銷郵件添加氣味的推廣活動，回應率大幅提升，較從前高出 3.5 至 14 倍。

這次在印製直銷郵件時添加氣味，不但能成功激起目標顧客的好奇心，使他們細讀郵件的宣傳訊息，還能吸引他們前往 FRED PERRY 店鋪憑郵件換取限時優惠。

### 給其他市場推廣人員的建議

在直銷郵件添加氣味可令宣傳訊息更深刻有力，讓更多顧客認識你的產品，廣告開支獲取更大效益。可添加的氣味種類繁多，你定能找到一種合適的氣味，配合廣告的創作意念。以下列舉一些氣味例子，希望能刺

激你的想像力，在下一次的直銷郵件推廣活動中，不妨發揮創意，為你的直銷郵件添加氣味，以全新的方法吸引你的顧客！

#### 清新甜美

- 蘋果批
- 聖誕樹
- 新鮮香草
- 青蘋果
- 檸檬糖
- 薄荷

#### 食物

- 香蕉
- 巧克力
- 椰子
- 意式薄餅
- 西瓜

#### 植物

- 青草
- 茉莉花
- 薰衣草
- 蘭花
- 玫瑰

#### 非食物

- 燒烤
- 剛洗淨的衣物
- 新砍伐的木材
- 皮革