

無料

オンライン
セミナー

11/8(火)
11:00~12:00

 blastmail

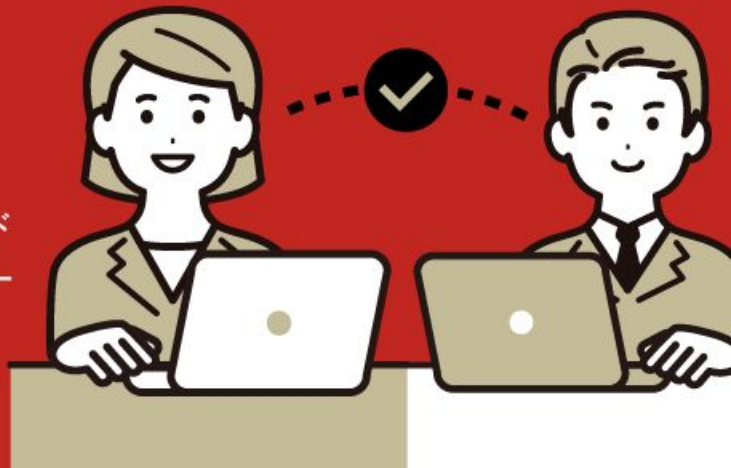
アポ獲得・商談につながるメール営業戦略

手間をかけずに成果をあげる

BtoBメルマガの 始め方



株式会社ラクスライトクラウド
Webマーケティングリーダー
森神 佑希



注意事項

- 1, セミナー中のご質問は、Q&Aにてお願いいたします。
- 2, セミナー終了後アンケート回答にご協力よろしくをお願いいたします。
(アンケート回答者にはセミナー資料をお送りいたします)
- 3, 本セミナーの録音・録画・画面キャプチャはご遠慮ください。
(事務局側では録画をしております。ご了承ください。)

手間をかけずに成果をあげる 「BtoBメルマガ」の始め方

2022年11月8日(火)
森神 佑希

AGENDA

アジェンダ

- 1 なぜ今メルマガ配信をすべきなのか
- 2 メルマガを始める前に知っておくべき基礎知識
- 3 BtoBメルマガの始め方 4STEP
- 4 アポ獲得 & 商談に繋がるメール配信方法
- 5 ブラストメールの配信事例をご紹介
- 6 今日から使えるメールマーケティングTips
- 7 まとめ & ブラストメール・配信メールのご紹介



株式会社ラクスライトクラウド
Webマーケター
森神 佑希

メーカー営業・人材営業を4年
Web集客の大切さに気づく

広告代理店でWebコンサルタント
累計100社以上を支援

ブラストメールのマーケティング
3年以上メルマガ配信の実務実績

マーケティングの力で企業の成長に貢献したい

楽楽精算

楽楽販売

楽楽勤怠

楽楽明細

楽楽労務

楽!
ラクス

ITサービスで企業の成長を
継続的に支援します

チャットディーラー
Chat Dealer

blastmail

メールディーラー
Mail Dealer

配配メール

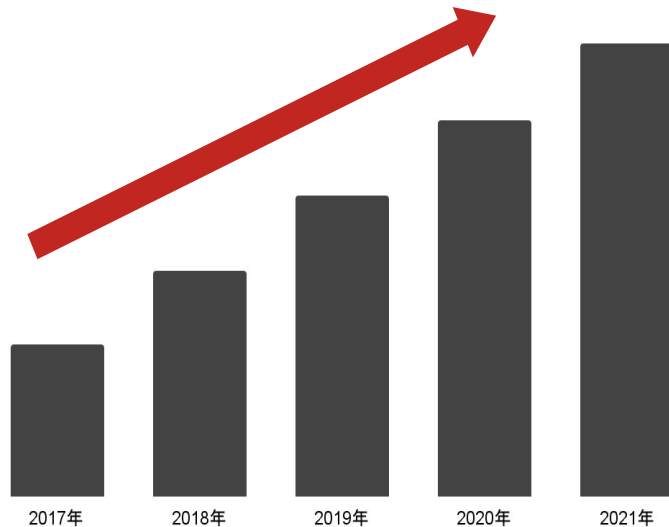
blastengine

AGENDA

アジェンダ

- ① **なぜ今メルマガ配信をすべきなのか**
- ② メルマガを始める前に知っておくべき基礎知識
- ③ BtoBメルマガの始め方 4STEP
- ④ アポ獲得 & 商談に繋がるメール配信方法
- ⑤ ブラストメールの配信事例をご紹介
- ⑥ 今日から使えるメールマーケティングTips
- ⑦ まとめ & ブラストメール・配信メールのご紹介

オンライン化によってメール配信市場は成長している



出典：Email Market, 2017-2021/THE RADICATI GROUP, INC.

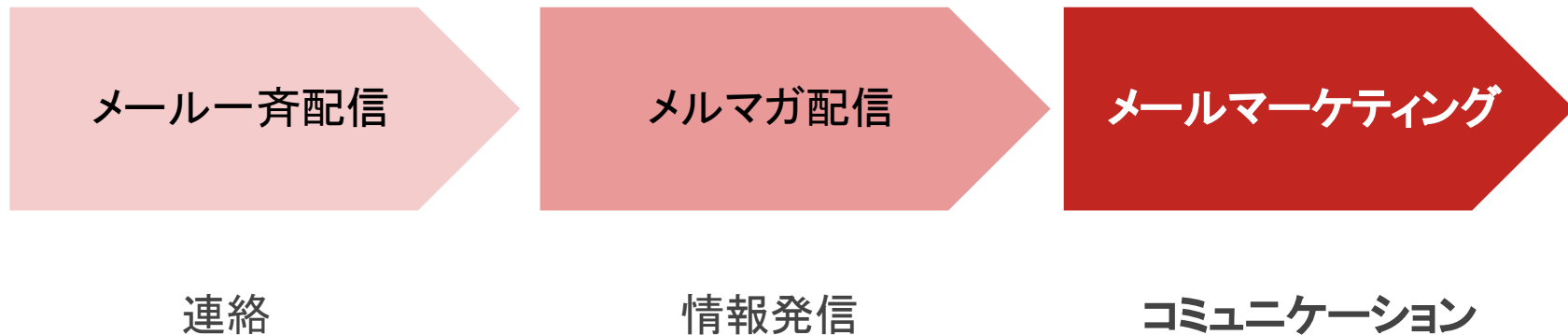
メール配信の市場規模は
毎年10%以上伸び続けている

オンライン化によるWeb経由での
リード獲得・購買施策の増加

Cookie利用規制による、ユーザーとの
コミュニケーション方法の変化

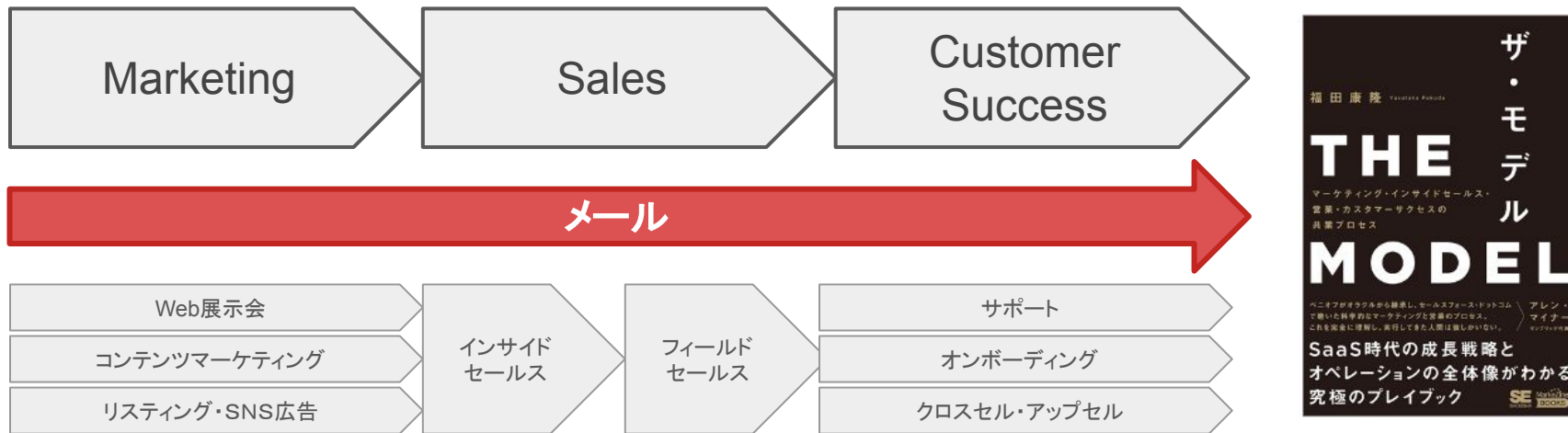
現代においても「メール」は欠かせないビジネスツール

メール活用法の変化



**「メール」によって態度変容を促し、売上につなげる
まずは開封率・クリック率の計測から行う**

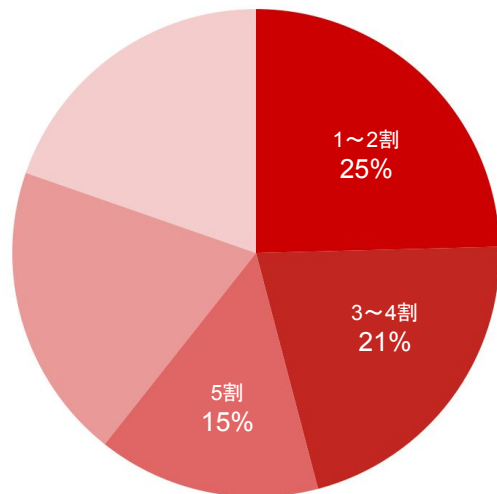
今”メール配信”が注目されている理由



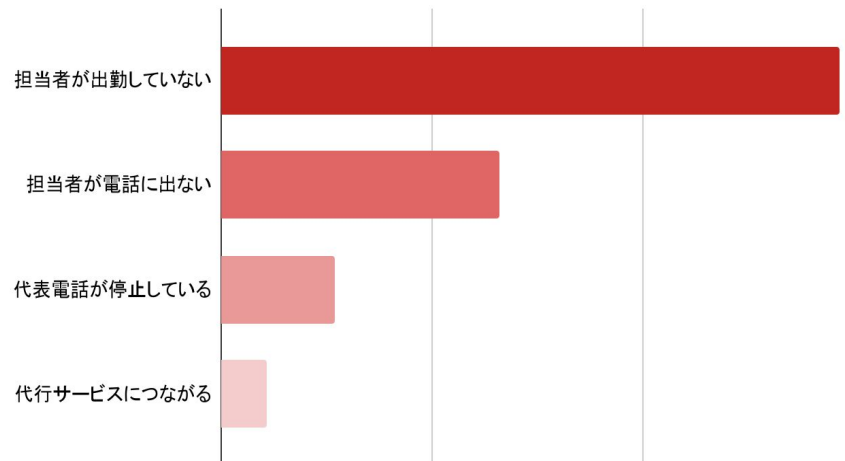
メールはどのプロセスでも欠かせないツール

コロナ禍によって電話営業よりもメールが重要に

担当者にそのまま電話がつながる割合

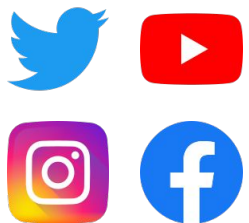


担当者に電話がつながらない理由



BtoBはメールでの連絡が多い(99.1%) & メールは確実に届く

SNSか？メルマガか？



SNSはPULL型

- ・商材やセンスによって決まる
- ・アルゴリズムの変化やアカウント凍結のリスク
- ・成果が出るまで手間と時間がかかる

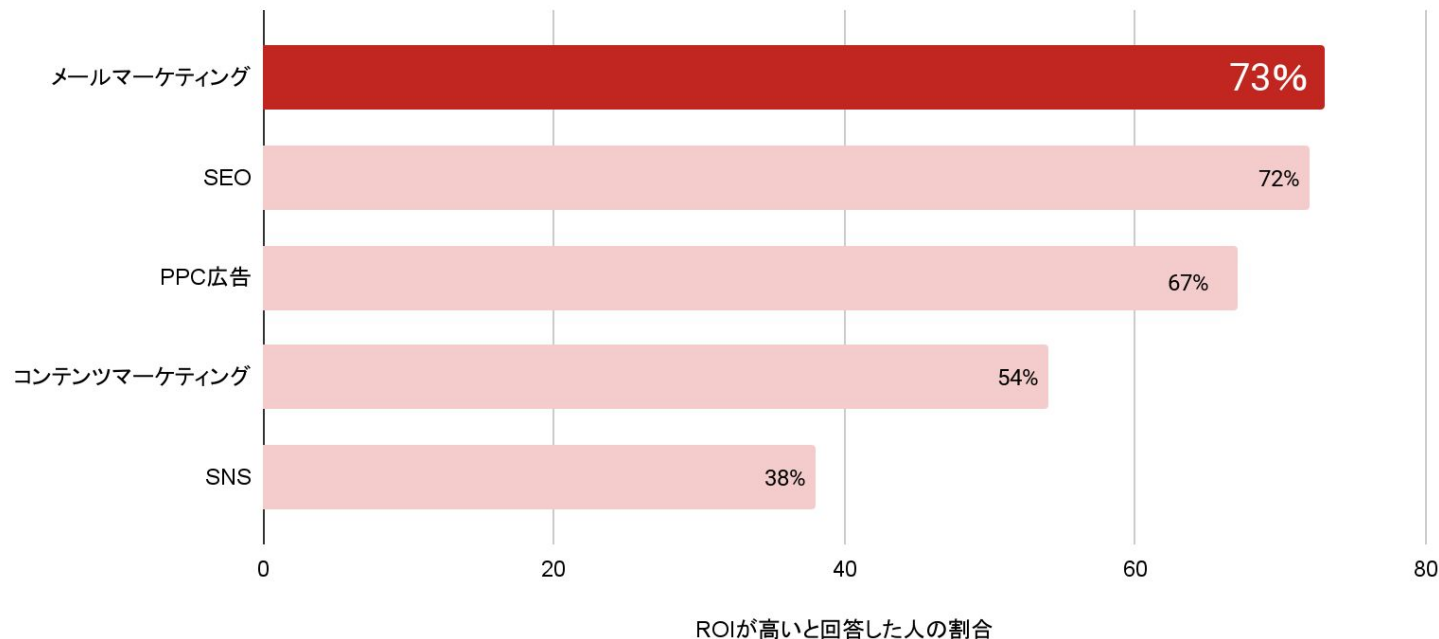


メルマガはPUSH型

- ・「攻め」の情報発信ツール！商材関係なし
- ・メールアドレスはなくなる！
- ・リストがあればすぐに始められる！

メルマガは誰もがまず始めに取り組むべき施策

メールマーケティングはマーケティング施策の中でも費用対効果が抜群



メールマーケティングはROI(投資収益率)が最も高い施策である

AGENDA

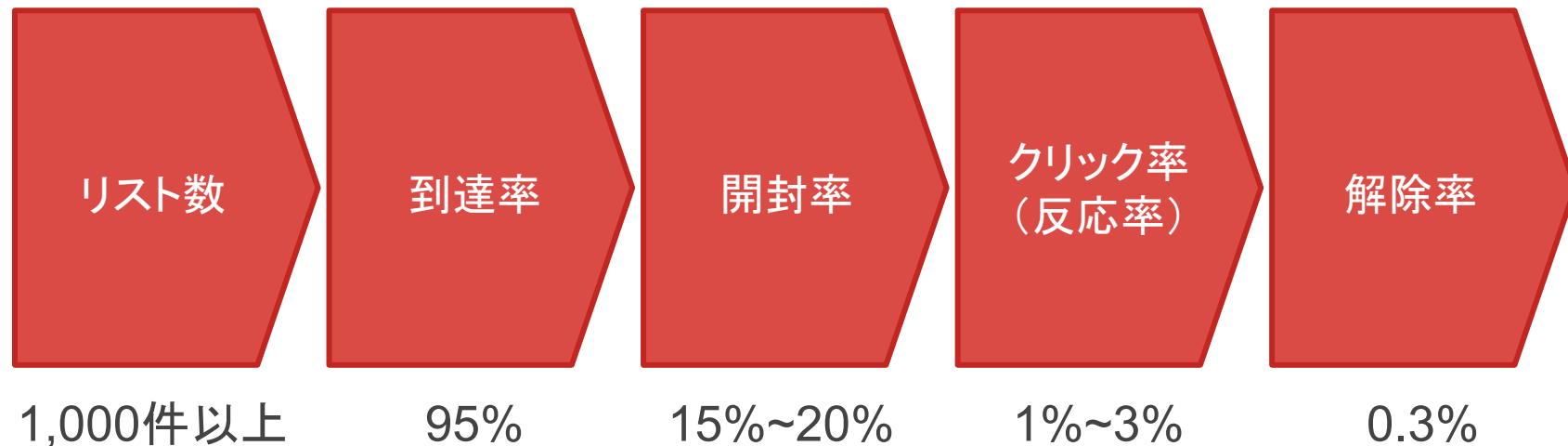
アジェンダ

- ① なぜ今メルマガ配信をすべきなのか
- ② **メルマガを始める前に知っておくべき基礎知識**
- ③ BtoBメルマガの始め方 4STEP
- ④ アポ獲得 & 商談に繋がるメール配信方法
- ⑤ ブラストメールの配信事例をご紹介
- ⑥ 今日から使えるメールマーケティングTips
- ⑦ まとめ & ブラストメール・配信メールのご紹介

メルマガ配信の指標一覧

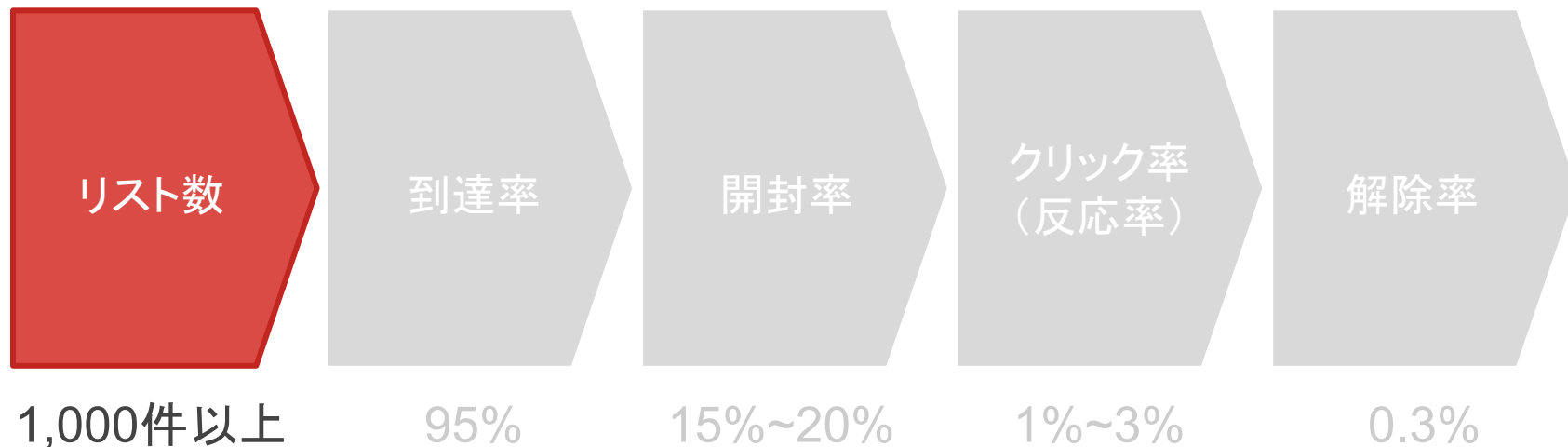
指標	概要	計算式
不達率	メールが届かなかった割合	エラー数 / 配信リスト数 × 100
開封率	メールが開封された割合	開封数 / 配信成功数 × 100
反応率	URLがクリックされた割合（開封者）	URLクリック数 / 開封数 × 100
クリック率	URLがクリックされた割合（到達者）	URLクリック数 / 配信成功数 × 100
購読解除率	解除（配信停止）された割合	読解除数 / 配信成功数 × 100

メルマガ配信のKPI



**メルマガは配信して終わりではない
上記5つの指標を計測しPDCAを回す！**

メルマガ配信のKPI



**メルマガは配信して終わりではない
上記5つの指標を計測しPDCAを回す！**

リスト数を増やす方法

What

- ・ホワイトペーパー
- ・資料ダウンロード
- ・ウェビナー
- ・無料トライアル
- ・名刺交換

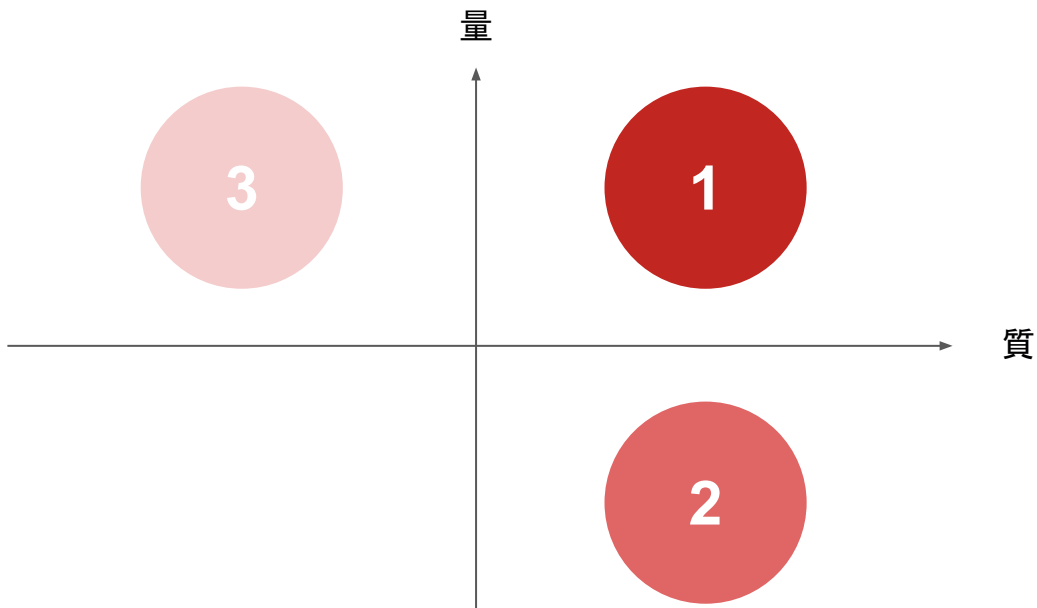


How

- ・自社サイト
- ・オウンドメディア
- ・広告
- ・SNS
- ・展示会

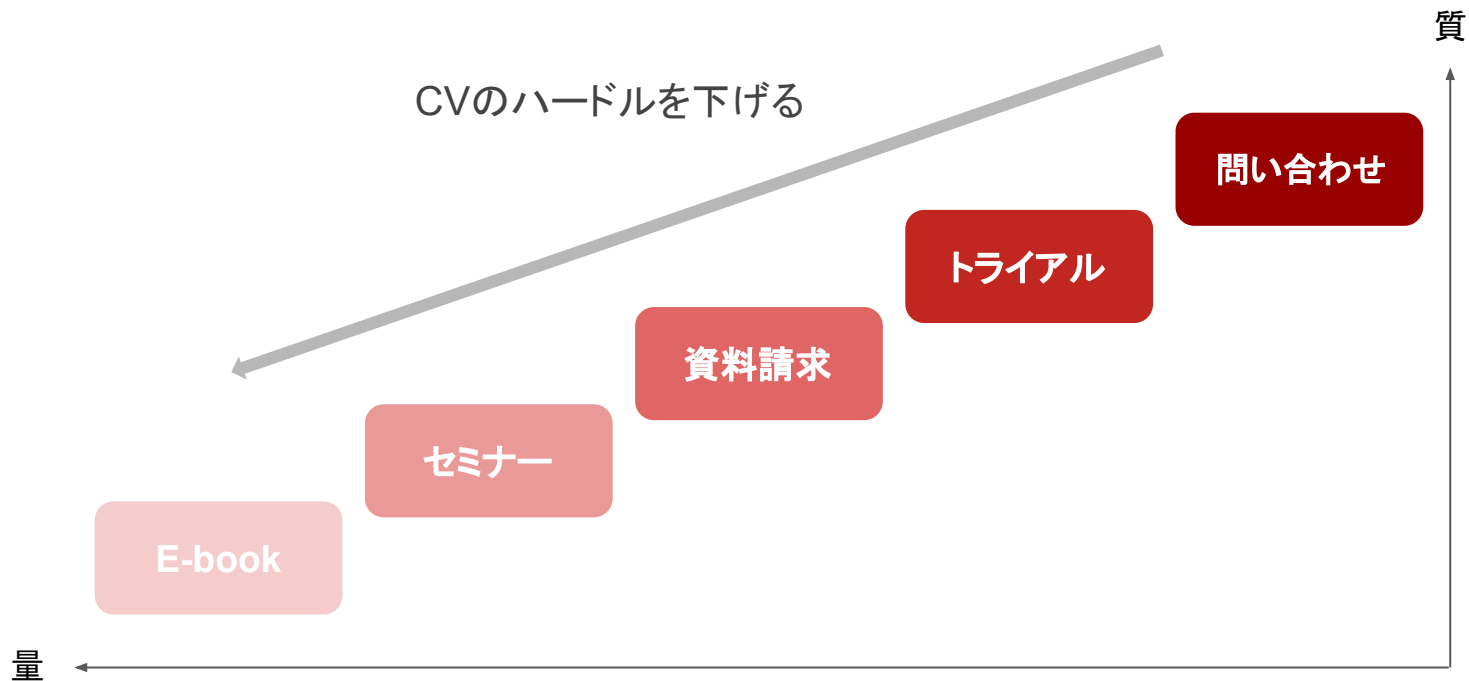
自社に合った方法でリスト数が集まる”仕組み”を作るのが重要

リストの優先順位



質が高いリードの獲得を優先する！

リストの優先順位



CVハードルを下げ量を増やしつつコンテンツ内容で質を上げる

リストの優先順位

セミナー

E-book

量

量



質

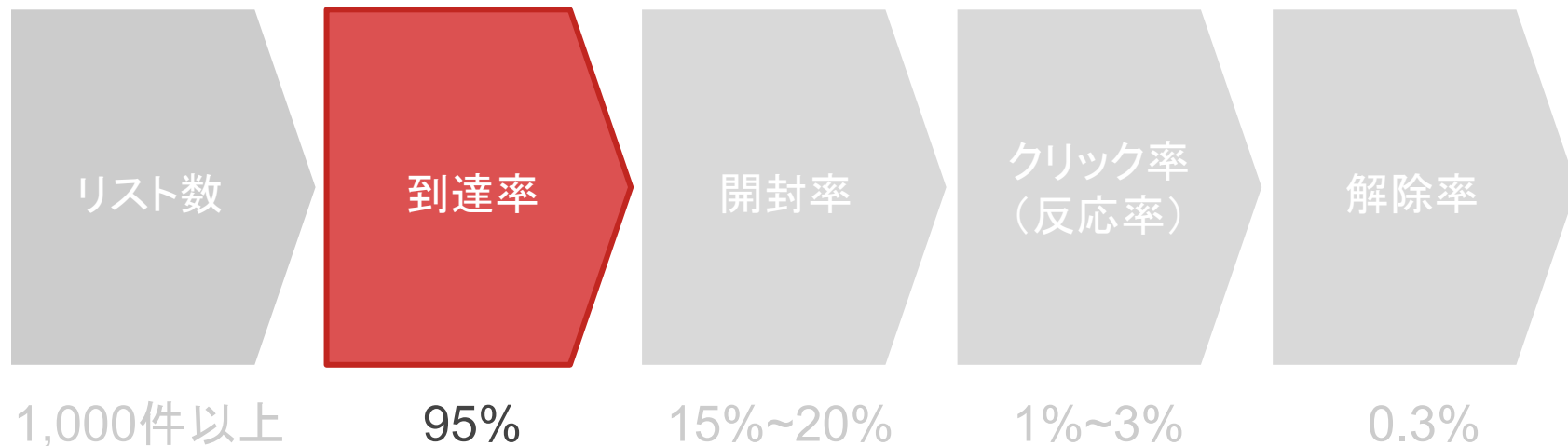


質



セミナーやE-bookのリードが潜在層だけとは限らない

メルマガ配信のKPI



**メルマガは配信して終わりではない
上記5つの指標を計測しPDCAを回す！**

エラーアドレスの管理は必須

E-Mail	code	message
hogehoge@●●●	552	受信側でエラーが発生
hogehoge@▲▲▲	554	メールアドレスが存在しない
hogehoge@■ ■ ■	554	一時的に拒否
●●●@hogehoge	450	メールボックスが利用不可
●●●@hogehoge	521	メールボックスが容量オーバー
●●●@hogehoge	550	受信拒否設定

配信エラーとなるアドレスが多く含まれると



**迷惑メールと間違われてしまう
リスクがある**



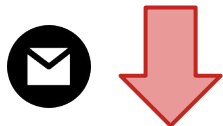
メール配信システムを使うことで配信エラーとなる
メールアドレスを自動的に除外することができる！

配信リストは常にクリーンな状態に保つことが重要
(退職・キャリアの変更などによって使われてないアドレスを排除)

質の低いリードばかりを集めない

質が高いリストの例

- ・自社製品を購入してくれた人のリスト
- ・関連ホワイトペーパーのダウンロードリスト
- ・セミナー参加者リスト(アンケートで反応〇)



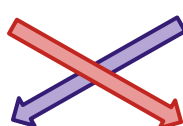
- ・開封&クリックの回数が多い人
- ・セミナーに参加してくれた人



メールで態度変容を起こす人は
商談化しやすいホットリードとなる

質が低いリストの例

- ・外部サイトなどで購入したリスト
- ・展示会のノベルティ交換で獲得したリスト
- ・関連性のないコンテンツで獲得したリスト



- ・しばらく開封もクリックもしていない人



エンゲージメント率が低いと
迷惑メール判定される可能性もある

知っておかなければいけない法律 ①特定電子メール法

①メール配信前にオプトイン (同意)を得る

1) 弊社サービス提供をご希望される方の個人情報

・当該サービスに関する連絡および必要な事務手続き

・**弊社からの情報提供(広告メールを含む)**

・御意見や御感想の回答のお願い

・個人を特定できない範囲での当該サービスに関する統計資料の作成

・弊社サービスおよび運営媒体の改善、市場および顧客動向の調査、サービスの開発・提供に必要なデータの解析または分析のため

②メール内にオプトアウト (配信停止)の導線を設置

■ [メールアドレスの変更](#)

■ **[メールマガジンの配信停止](#)**

■ お問い合わせ

【電話】 [0120-00-00](#)

【メール】 <https://xxxxxx.xx/xxxx/>

【発行】 株式会社〇〇

【本社】 〒〇〇-〇〇 東京都新宿区〇〇

③メール送信者の 表示義務を守る

株式会社ラクスライトクラウド

〒151-0051 東京都渋谷区千駄ヶ谷5-27-5 リンクスエア新宿7階

【 TEL 】 03-6862-7337

【 URL 】 <https://blastmail.jp/>

【 MAIL 】 support@blastmail.jp

【 BLOG 】 <https://blastmail.jp/blog/>

このメールは、プラストメールのトライアルをお試しいただいた方や、資料をダウンロードしていただいたメールアドレス宛にお送りしています。

[配信停止](#)

違反した場合の罰則: 法人の場合は3,000万円以下の罰金

知っておかなければいけない法律 ②個人情報保護法

デジタル庁がメアド流出、「BCC」じゃなくて「TO」で一斉送信に法的責任は？

4/5(火) 14:47 配信 15



弁護士ドットコムニュース



画像はイメージです

デジタル庁は4月1日、運営する新型コロナウイルスワクチン接種証明書アプリについての問い合わせへの回答で、メール誤送信によって、5件のメールアドレスを流出させたと発表した。

本来なら、他の人から見えない「BCC欄」にアドレスを入力して一斉送信するところ、担当者が、他の人にもわかる「TO欄」に貼り付けてしまったという。

デジタル庁は、事態を重く受け止めて「今後このような事態が発生しないようメール送信時の宛先設定の確認を徹底するなど適正な個人情報の取扱いにつとめる」としている。

出典：Yahoo!ニュース (<https://news.yahoo.co.jp/articles/f93002bbaac585087954ebf963bea37d3239e625>)

氏名とメールアドレスは「個人情報」に該当

→BCCでの配信は絶対にやめたほうが良い！

**セキュリティがしっかりしている
メール配信システムを使うことでリスクを回避**

- ①サービス自体のセキュリティ
- ②メール配信におけるセキュリティ
- ③サーバー運用・管理上のセキュリティ
- ④提供会社のセキュリティへの考え方 など

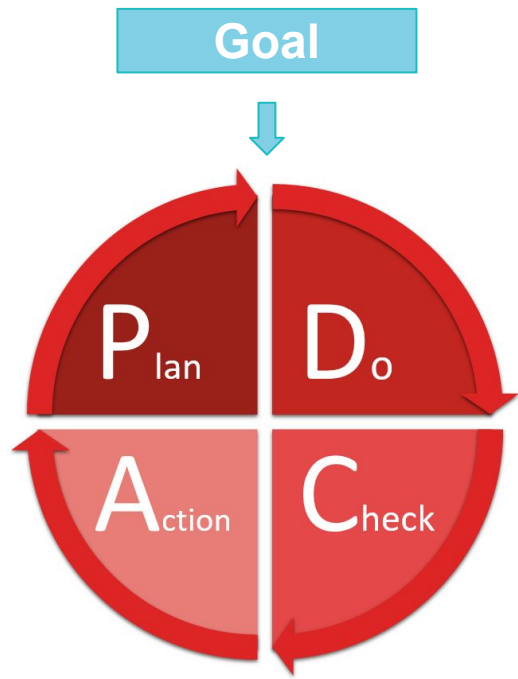
場合によっては損害賠償を求められる & 社会的信用を失う

AGENDA

アジェンダ

- ① なぜ今メルマガ配信をすべきなのか
- ② メルマガを始める前に知っておくべき基礎知識
- ③ **BtoBメルマガの始め方 4STEP**
- ④ アポ獲得 & 商談に繋がるメール配信方法
- ⑤ ブラストメールの配信事例をご紹介
- ⑥ 今日から使えるメールマーケティングTips
- ⑦ まとめ & ブラストメール・配信メールのご紹介

BtoBメルマガの始め方 4STEP



STEP1 メルマガ配信の目的を明確にする

STEP2 コンテンツを作成し配信する

STEP3 配信したメルマガの効果測定をする

STEP4 結果の振り返りと施策の改善を行う

STEP1 メルマガ配信の目的を明確にする

メルマガ配信で実現できること例



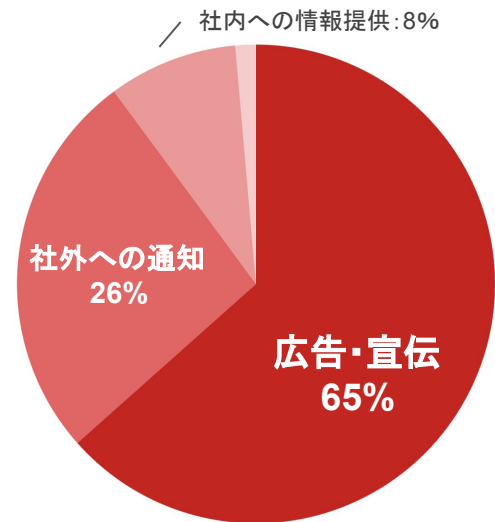
顧客との**エンゲージメント**を高める



見込み顧客を**商談**や**売上**につなげる



営業を効率化し**リソース不足**を解消

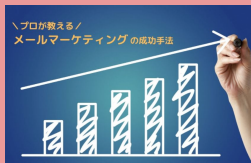


- ①思い出してもらおう (第一想起) ②掘り起こし (休眠顧客) ③今すぐ客を見極める (ホットリード)

STEP2 コンテンツを作成し配信する



ブログ記事



ホワイトペーパー



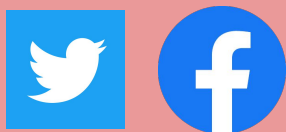
製品資料



比較表

サービス	料金	機能	サポート
A社	○	○	○
B社	○	△	×
C社	×	◎	○

SNS



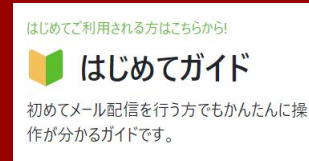
セミナー



無料トライアル



オンボーディング



顧客のニーズを考え「誰」に対して「何」を送るかが重要！

ブログや営業資料を細分化する

メルマガの解約率を下げるためのポイント。解約率が上がる3つの理由とは

目次 [hide]	
<ul style="list-style-type: none">1.メルマガの平均的な解約率とは？<ul style="list-style-type: none">1.1.メルマガの解約は仕方ない？1.2.メルマガは解約がスムーズ	コンテンツ①
<ul style="list-style-type: none">2.メルマガの解約率が上がる3つの理由<ul style="list-style-type: none">2.1.メルマガの内容が面白くない2.2.メルマガの内容が意図したものと異なる2.3.メルマガの配信頻度が高すぎる	コンテンツ②
<ul style="list-style-type: none">3.メルマガの解約率を下げるためのアイデア<ul style="list-style-type: none">3.1.読者目線の内容を徹底する3.2.効果分析を行う3.3.セグメント配信を行う3.4.解約時のアンケートを実施する3.5.メルマガの配信頻度と時間を変えてみる	コンテンツ③
4.まとめ	

既存コンテンツを活用することでメルマガ作成時間を大幅削減

過去配信したメルマガを再利用する

日付	タイトル	開封率	反応率
2021/04/21	メルマガの"ネタ"作成に一生困らない5つの方法とは？	18.40%	18.00%
2021/02/03	メルマガの“ネタ”を量産する5つの方法	18.93%	18.11%
2020/09/25	メルマガの“ネタ”を量産する5つの方法	18.15%	18.97%
2020/08/05	メルマガの“ネタ”を量産する5つの方法	19.65%	19.84%

日付	タイトル	開封率	反応率
2021/04/14	【メール開封者限定】今すぐ使えるメルマガのタイトル	23.15%	17.36%
2020/11/13	開封率が高い「メルマガタイトル」ランキングBEST5	23.84%	17.94%
2020/05/20	メール開封者限定！今すぐ使える『メルマガ』のタイトル	26.98%	20.63%

**80%近くが開封していないことを考えると同じネタで問題なし
内容は同じでもタイトルや切り口を変えれるとベスト！**

刺さるコンテンツを作成する方法

コンテンツのクオリティ

- ・有益情報の提供(オリジナル)
- ・件名が期待させる内容か
- ・内容だけでなくデザインも

×

メルマガの個性

- ・配信者が有名人(アイドル)
- ・ストーリーでの共感
- ・経営者や開発者のこだわり

×

コンテンツの価値

- ・セール情報
- ・新商品情報や入荷情報
- ・商材に希少性がある

競争が多い 価格が高い

競争が少ない 価格が高い

競争が多い 価格が安い

自社の商品・サービスで重視すべきポイントを見極める！

刺さるコンテンツ例(コンテンツのクオリティ)

コンテンツのクオリティ

× メルマガの個性

× コンテンツの価値

件名:【本日11時開催】失敗しないWebマーケティング会社の選び方



無料 10名限定

新年度から大失敗！？
**BtoBマーケを外注する時に
陥りやすい4つのミスと防止策とは？**

2月8日 11:00-12:00

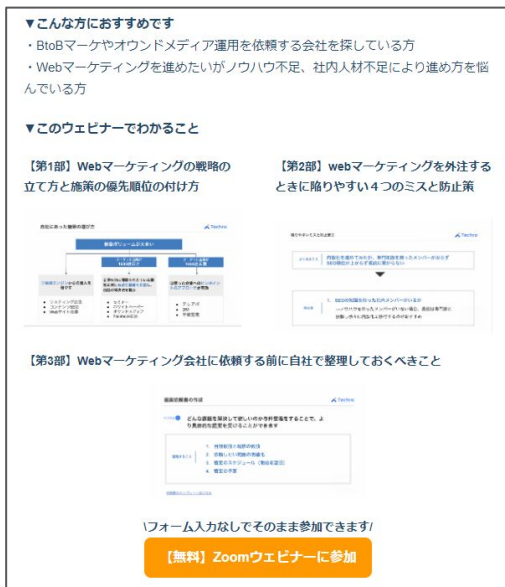
テクロ株式会社
代表取締役
天野央登

【11時からフォーム入力なしでセミナーにご参加いただけます】

テクロ株式会社の天野です。本日11時~Webマーケティングの戦略の立て方と外注する際に失敗しないためのコツを解説するウェビナーを開催します。

フォーム入力なしでそのまま参加できます！

【無料】Zoomウェビナーに参加



▼こんな方におすすめ

- ・BtoBマーケやオウンドメディア運用を依頼する会社を探している方
- ・Webマーケティングを進めたいがノウハウ不足、社内人材不足により進め方を悩んでいる方

▼このウェビナーでわかること

【第1部】Webマーケティングの戦略の立て方と施策の優先順位の付け方

【第2部】webマーケティングを外注するときに陥りやすい4つのミスと防止策

【第3部】Webマーケティング会社に依頼する前に自社で整理しておくべきこと

▼このウェビナーでわかること

1. 依頼先企業選びの重要性
2. 依頼先企業選びのチェックポイント
3. 依頼先企業選びの注意点
4. 依頼先企業選びのまとめ

フォーム入力なしでそのまま参加できます！

【無料】Zoomウェビナーに参加

テクロ株式会社

<https://techro.co.jp/company/>

- ・タイトルが簡潔で伝わりやすい
- ・コンテンツ自体も興味を惹く
- ・フォーム入力なしで参加できる
- ・ボタンとマイクロコピーの工夫
- ・セミナー資料のチラ見せ

細部へのこだわり

STEP3 配信したメルマガの効果測定をする

テキストメール

差出人: 森神佑希<yuki.morigami@rakus.co.jp>
件名: お問い合わせいただいたブラストメールについて

株式会社〇〇 山田様

お世話になります。ラクスライトクラウドの森神です。
先日お問い合わせいただいたブラストメールについて、
ご検討状況はいかがでしょうか？

本日は当サービスをご利用いただいている△△社の事例を
ご紹介したくご連絡差し上げました。

貴社と同じ□□業界での事例となりますので、
山田様のご参考になれば幸いです。

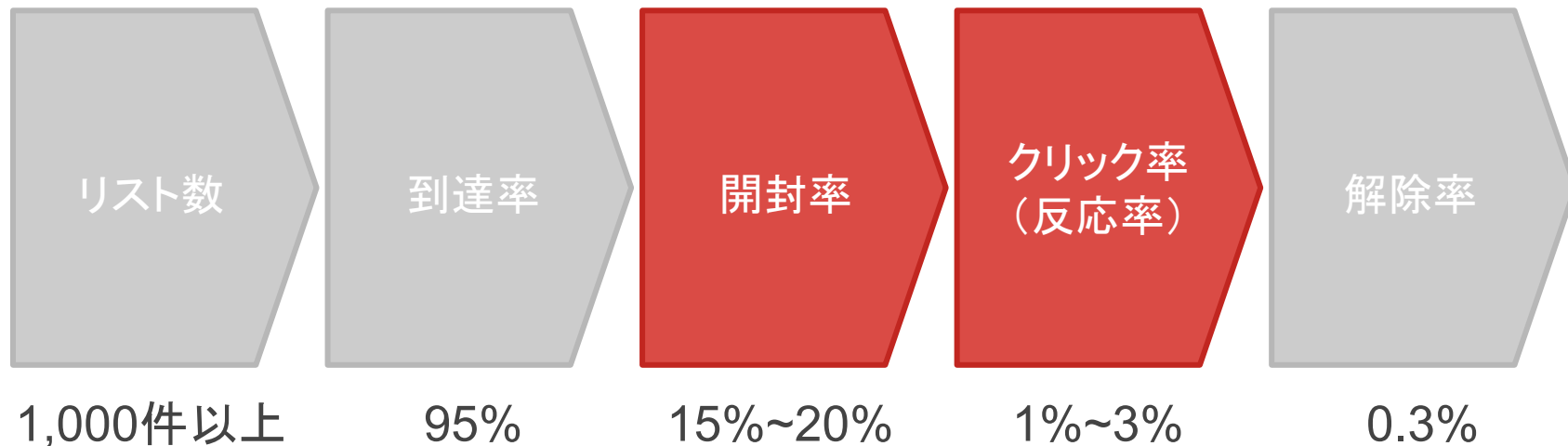
引き続きよろしくお願いいたします。

HTMLメール(画像やボタンなどを挿入可能)

The image shows a preview of an HTML email. The header features a red vertical bar on the left with the text '無料' (Free) and 'オンラインセミナー' (Online Seminar). The main content area has a white background with a geometric pattern. The title is 'BtoBマーケティングにおける リード獲得 & メールマーケティング戦略' (Lead Acquisition & Email Marketing Strategy in BtoB Marketing). Below the title, it says 'CVR1.5倍を実現した方法を完全公開' (Fully disclose the method that achieved 1.5x CVR). There are two photos of women, one on the left and one on the right. The left photo is accompanied by the 'blastmail' logo and text: '株式会社ラクスライトクラウド Webマーケティングリーダー 森神 佑希'. The right photo is accompanied by the 'B-HACK' logo and text: '株式会社クラウド セールスマーケティング部 東 愛央衣'. At the bottom left, there is a red box with the date and time: '5/12(木) 12:00~13:00'. At the bottom right, there is a small red box with the text: '【参加無料 | 5/12(木)開催ウェビナー】'. Below the main content area, there is a paragraph of text: 'いつもお世話になっております。ブラストメールの山口です。' and another paragraph: '明日開催のウェビナー情報のご案内です。参加者様からの質問事項も受けておりますので、ぜひご参加ください。' At the very bottom, there is a small red box with the text: '今回のセミナーでは、「BtoBにおける効果的なリード獲得手法」と「見込み顧客を育成するメールマーケ」'.

HTMLメールで配信することで開封率の計測ができる

STEP4 結果の振り返りと施策の改善を行う



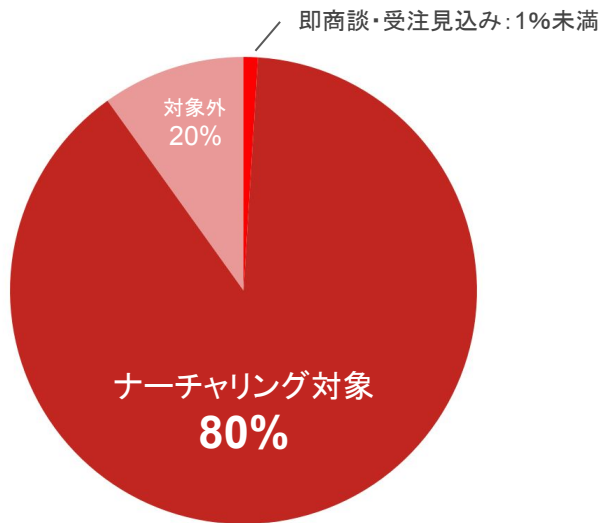
**最も改善しやすいのが開封率とクリック率
(後ほど成果を改善するノウハウをご紹介します)**

AGENDA

アジェンダ

- ① なぜ今メルマガ配信をすべきなのか
- ② メルマガを始める前に知っておくべき基礎知識
- ③ BtoBメルマガの始め方 4STEP
- ④ **アポ獲得&商談に繋がるメール配信方法**
- ⑤ ブラストメールの配信事例をご紹介
- ⑥ 今日から使えるメールマーケティングTips
- ⑦ まとめ & ブラストメール・配信メールのご紹介

顧客の育成(ナーチャリング)の必要性



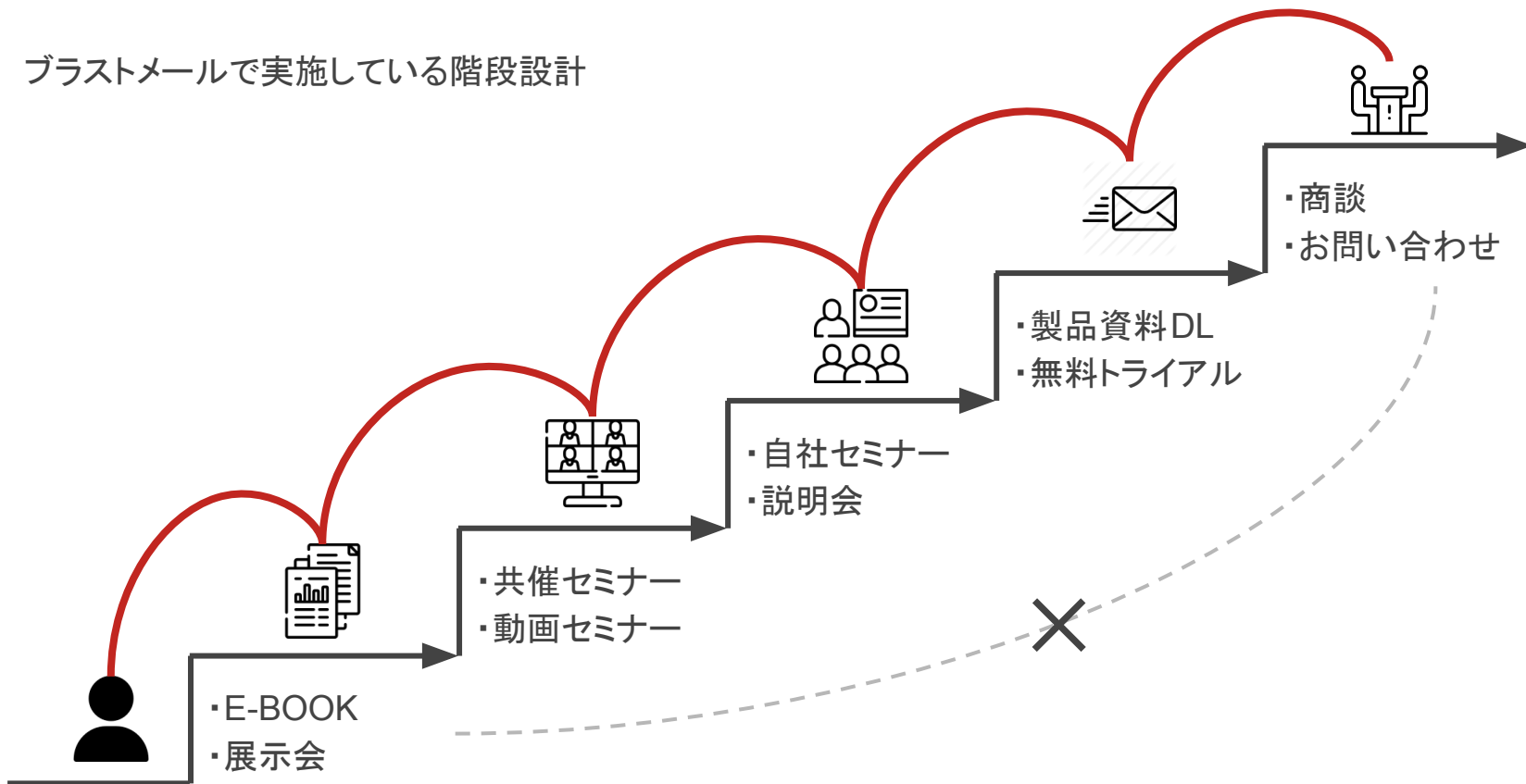
ハウズリストの中で即商談・即受注になる割合は低い ※リストにもよる

リードに対して、企業からコミュニケーションをする必要がある

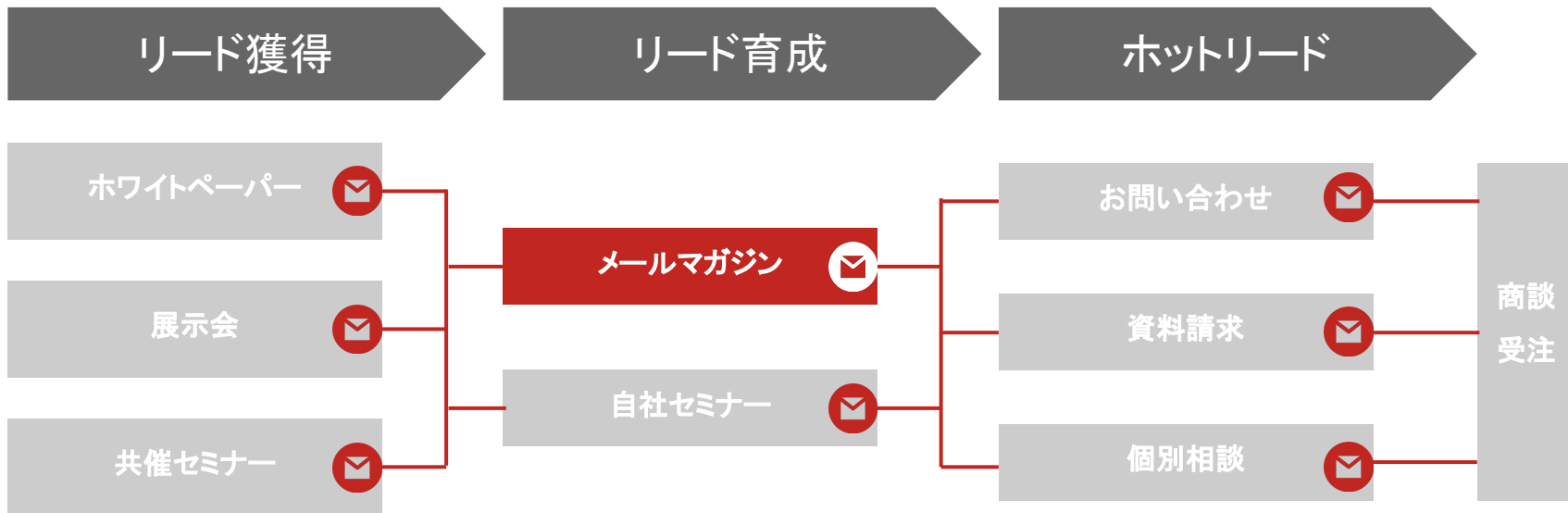
オンライン化の影響で長期的な関係性の構築が重要に！

ナーチャリングは購買フェーズを1ステップだけ進めることを意識する

ブラストメールで実施している階段設計



メール(メルマガ)を活用して次のステージに引き上げる



メールはコンテンツ(What)にも、届ける手段(How)にもなりうる

未接触顧客から商談を獲得するメール配信ノウハウ



メルマガの定期配信による第一想起獲得を目指す

顧客との接触機会を最大限に活かす

電話での接触ができなかった人への挨拶メール

大変お世話になっております。
ブラストメールの でございます。

この度はトライアルご検証頂きまして誠にありがとうございます。

ご挨拶のお電話を致しましたがご不在との事でしたので
こちらのメールにてご連絡をさせていただきました。

30分ほどお時間がございましたら

操作方法などご不安な場合、詳細のご確認について
さくっとZOOMでの説明案内も行っております。
ご希望の日時を是非、ご連絡くださいませ。
[こちらのURLからもご選択可能です。](#)

また、お電話・メールでのサポートも行っております。
本メールへのご返信か、下記がサポート窓口となりますので、
何かありましたらお気軽にお問合せくださいませ。

◆サポート窓口：03-6675-9281（平日10時～17時）

セミナーアンケート回答者への資料送付メール

▼セミナー資料

1 61.11% [⇒セミナー資料をダウンロードする](#)

また、6月23日（木）にブラストメールの操作説明会を開催致します。
実際に画面を映しながらメルマガの作り方を解説致しますので、ぜひご参加頂けると幸いです。

▼ブラストメール操作説明会

開催日時：2022年6月23日(木)15:00～15:30

2 1.85% [⇒無料説明会の詳細を見る](#)

導入についてご検討中の方や、詳細に話を聞いてみたい方は個別相談も承っております。
導入方法や契約についてなどご相談事項ありましたら、お気軽にお申込みください。

▼ブラストメール個別相談会

3 1.85% [⇒個別相談会のお申込みはこちら](#)

セミナー内でもお伝えしたように、メルマガは低リスクで大きな成果が見込めるツールとなっています。

お礼メールの開封率は60%以上！アポ獲得のチャンス

ダウンロード後の自動返信メールも開封率が高い！

資料ダウンロードの自動返信メール

森神 様

この度は、資料のご請求ありがとうございました。
後ほど担当者よりご連絡を差し上げます。

また、詳細のご説明についてZOOMでのご案内も行っております。
ご希望の日時を以下のURLからご選択下さい。

<https://app.spirinc.com/patterns/availability-sharing/74b388d1-64d2-417a-bfe4-1077044331b4/confirm>

※本メールは、弊社サービスにお問合せ頂いた方に自動的に送信しております。

株式会社ラクスライトクラウド

資料ダウンロード後のサンクスページ

Proプラン料金表ダウンロードを受け付けました

折り返し、弊社担当よりご連絡させていただきますので、今しばらくお待ち下さいませ。

また、詳細のご説明についてZOOMでのご案内も行っております。
ご希望の日時を以下のURLからご選択下さい。

 日程を選ぶ

← blastmail製品サイトへ

日程調整ツールを使って顧客の負担を減らす

テキストメール風に送ると反応率がUP

差出人: 森神佑希 <yuki.morigami@rakus.co.jp> ①
件名: お問い合わせいただいたブラストメールについて

株式会社〇〇 山田様 ②

お世話になります。ラクスライトクラウドの森神です。
先日お問い合わせいただいたブラストメールについて、
ご検討状況はいかがでしょうか? ③

本日は当サービスをご利用いただいている△△社の事例を
ご紹介したくご連絡差し上げました。

貴社と同じ□□業界での事例となりますので、
山田様のご参考になれば幸いです。④

引き続きよろしくお願いいたします。

① 担当者の個別アドレス(個人名)から送信する

② 名前の差し込みは苗字のみにする

③ 業務メールのように淡々と送る

④ 個別配信のような自然なコンテンツを配信する

平均開封率 約20.8% → 25.5% **4.7%上昇**

平均反応率 約21.8% → 25.3% **3.5%上昇**

担当営業の名前・メールアドレスを使うと開封率があがる

指定したページに「誰が」来訪したかを察知できる「来訪通知」機能

営業(インサイドセールス)と連携しホットリードへの架電を行う



検討度合いが高まった顧客が指定したページに来訪したことを察知

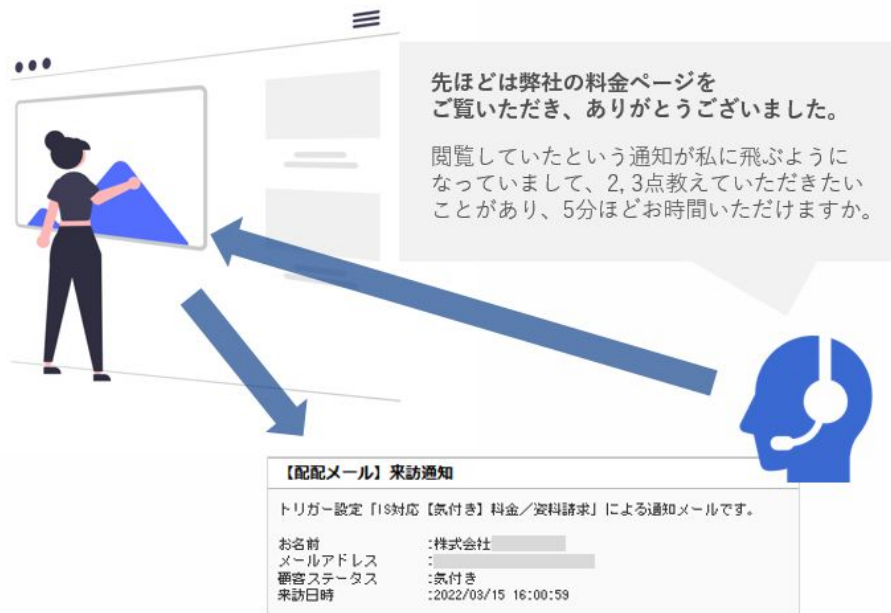
失注・休眠顧客のWebサイト来訪を検知したら架電する

Point!!

- ・ 検討中の方が来訪するページを考えて設定
弊社では「導入事例」と「料金」ページに設定中
- ・ 通知の発生条件、架電条件を増やしすぎない
架電できない量の通知がくる可能性がある

ここがおすすめ!!

- ・ 接触しやすい&アポがとりやすい
弊社実績では接触率65.5%、アポ率6.4%
対応件数は月あたり20-30件程度



見込み客を瞬時に可視化できる「ホットリード抽出」機能

さらに効果を高めたい場合には高機能サービスを使う



どれだけの回数の開封／クリックを行ったかで反応顧客を抽出

直近10通でクリックなし顧客へメールを送りクリックされたら架電

Point!!

- ・ 情報提供メールを定期的に配信していることが前提
ある程度の配信頻度がないと検討タイミングを逃してしまう
- ・ 配信内容は自社サービスと関わる成功事例などがよい
弊社の場合他のコンテンツよりアポ率が1.3倍高くなる

ここがおすすめ!!

- ・ 検討再開した可能性が高い顧客をリスト化できる
- ・ ③のメルマガクリック者架電のアポ率の2倍の効果

見た目は記事案内メールと同じ

```
##_prop_1_##  
##_prop_2_#_##
```

配信メール インサイドセールスチームの
##_prop_11_## です。

我々インサイドセールスチームでは
2021年4月から2022年3月の約1年間にかけて
メール配信に関する様々な施策を行いました。

そこで、今回は数々の施策のなかで
効果的だった6つの施策をご紹介します。

[記事をみる](#)

各施策のポイントや実際の成果も
ご紹介しておりますので、ぜひご覧ください。

また、「メール」に関することなら
些細なことでも構いませんので、
お気軽にご連絡ください。
今後とも、何卒よろしくお願いたします。

AGENDA

アジェンダ

- ① なぜ今メルマガ配信をすべきなのか
- ② メルマガを始める前に知っておくべき基礎知識
- ③ BtoBメルマガの始め方 4STEP
- ④ アポ獲得 & 商談に繋がるメール配信方法
- ⑤ **ブラストメールの配信事例をご紹介します**
- ⑥ 今日から使えるメールマーケティングTips
- ⑦ まとめ & ブラストメール・配信メールのご紹介

ブログ記事の定期配信(定期接触)



**【サンプル付き！】
業界ごとのメルマガ活用事例**

[続きを読む >](#)

こんにちは。プラストメールの森神です。

メルマガの開封率やクリック率は業界によって異なります。

そのため、自社の業界での平均値を知っておくことで、メルマガの成果が良いのか悪いのかを判断する指標にすることができます。

ホワイトペーパーの配信



**初めてでも成果が出る
メールマーケティングの教科書**

メール配信システム提供会社が実際に使っている
「メールマーケティングのノウハウ」全てお見せします！

[無料ダウンロード >](#)

▼メールマーケティングとは？

こんにちは。プラストメールでマーケティング担当をしている森神です。

有益な情報を届け必要なときに思い出してもらおう(第一想起)

セミナーの案内



無料
オンライン
セミナー

Facebook広告 × メールマーケティング

見込み顧客を最短で獲得し育成する方法

4/21(木)
13:00~14:00

株式会社ラクスライトクラウド
Webマーケティングリーダー
森神 佑希

ソルー株式会社 執行役員
小林康平

無料で申込み >

【参加無料 | 4/21(木)開催ウェビナー】
今回のセミナーでは、効率的なリード獲得のためのFacebook広告運用ノウハウや見込み顧客を育成するメールマーケティングについて事例を交えて紹介します。

▼こんな方におすすめ

- ・ Facebook広告でのリード獲得に悩んでいる方
- ・ リード獲得後のメール販促手法を知りたい方
- ・ 新規の見込み顧客獲得から育成までを効率的に行いたい方

▼開催日時
2022年4月21日 (木)13:00~14:00

セミナー申込み者へのリマインド

【リマインド】 本日11:00~開催 | 初心者のための「メルマガ配信」基本講座

ブラストメール(blastmail) bme.jp 経由
To 自分 ▼

お世話になっております。
株式会社ラクスライトクラウド セミナー運営事務局です。

この度は無料オンラインセミナー『初心者のための「メルマガ配信」基本講座』へお申し込みいただきありがとうございます。

セミナー当日となりましたので、リマインドのメールをお送りいたしました。

本セミナーは、2022年8月9日(火)11:00より開始いたします。
お時間5分前になりましたら下記URLにお入りいただき、お名前・メールアドレスなどの必要情報をご入力の上、お待ちいただきます。

▼ ZoomログインURL
https://us06web.zoom.us/webinar/register/7416554553710/WN_XyEXNlokRV-mWJ7NMHCQgq

※このメールは、既に登録していただいている方にもお送りしています。

それでは、ご参加をお待ちしております。

株式会社ラクスライトクラウド
Tel: 03-6675-9281
Mail: rlc-info@rakus-lc.co.jp
URL: <https://blastmail.jp/>

プライバシーマーク 認定番号: 第10821806号

セミナーの申込み & 参加者を増やす(ナーチャリング)

アンケート回答者への資料送付

昨日は『有名エンタメ企業→テレビ局の「コンテンツ企画のプロ」が公開 toC・toB問わず、売上が伸びる企業の「3つの打ち手」～広報・SNS・メールの“その手があったか”～』セミナーにご参加いただきありがとうございました。

アンケートをが回答いただいた方限定でセミナー資料をお送りします。
以下URLより、お受け取り下さい。

▼セミナー資料

[⇒セミナー資料をダウンロードする](#)

また、7月21日（木）にプラストメールの操作説明会を開催致します。実際に画面を映しながらメルマガの作り方を解説致しますので、ぜひご参加頂けますと幸いです。

▼プラストメール操作説明会

開催日時：2022年7月21日(木)15:00～15:30

[⇒無料説明会の詳細をしてみる](#)

導入についてご検討中の方や、詳細に話を聞いてみたい方は個別相談も承っております。導入方法や契約についてなどご相談事項ありましたら、お気軽にお申込みください。

▼プラストメール個別相談会

[⇒個別相談会のお申込みはこちら](#)

※セミナー後に大変多くの個別相談会のお申込みを頂いている状態でございます。
相談会の枠に余裕があるいまうちに、ぜひお申込みくださいませ。

セミナー参加者への商談依頼

お世話になっております。
プラストメールの森神と申します。

「【リード獲得からリード育成までのワンストップセミナー】コンテンツマーケティング×Web接客×メルマガで成果を出す方法」セミナーに申し込み頂き、誠にありがとうございました。

セミナーではメルマガ配信の考え方やメルマガの有効性を中心にお話させていただきましたが、いかがでしたでしょうか。

とくにリモートワーク中心になった昨今では、メルマガが再注目されていることもあり、**「自社で新しくメルマガを始めたい」**というお問い合わせを数多く頂戴しております。

そこで、オンライン上ではございますが、30分ほどのお時間で結構ですので弊社メルマガ配信システムで**新しくメルマガを始められた他社様の事例**をご紹介させていただけないでしょうか？

以下、かんたんに日程調整ができるツールのURLとなりますので、ご都合の良い日程をご選択頂けますと幸いです。

[⇒日程調整をごちからからカンタンに行えます](#)

※プラストメールに本登録頂いている方は個別相談の対象外となります

- ・新しくメルマガをやってみたいけど、何から始めればよいか分からない
- ・社社がどのようにメルマガを運用しているのかが気になっている
- ・どんなメルマガを送ろうか迷っている

セミナー参加後のお礼メールと商談化

製品資料ダウンロードの案内



blastmail

11 連続 顧客導入数 シェア NO.1

メール・メルマガ配信システム

blastmail

シンプルで簡単だから、初めての人でも使いやすい。

送信顧客数 No.1 新規顧客数 No.1

無料トライアル申込み

【ラストメール製品資料】
料金プランや機能一覧などをご確認いただけます！

[無料でダウンロードする >](#)

▼ラストメールなら、初心者でもメール配信をかんたんに

ラストメール（blastmail）なら、はじめての人でも“かんたんに”メール配信が可能。専門知識がなくても、マニュアルを読まずに、直感的に理解できるシンプルなサービスとなっています。

導入事例の配信



Lumii.

導入からわずか2か月で100万円以上の売り上げに貢献。
高コストのマーケティング施策として愛用しています！

[事例をみる >](#)

▼配信内容とメールの配信目的

主にセールスを目的として、動画制作実績の紹介メールを送っています。弊社のサービスは動画制作や動画コンサルティングなのですが、動画制作に課題を抱えている業種や業態に絞って、件名や内容などを送り分けて配信をしています。

頭在顧客 & 準頭在顧客に対してのオファー

操作説明会の案内

__c2__

__c0__様

お世話になります。

ブラストメールの森神です。

昨日は『Facebook広告×メールマーケティング～見込み顧客を最短で獲得し育成する方法～』セミナーにご参加いただきありがとうございました。

アンケートにて操作説明会の参加をご希望いただきましたのでご案内させていただきます。

▼ブラストメール操作説明会

開催日時：2022年5月19日(木)15:00～15:30

https://us06web.zoom.us/webinar/register/6816522370088/WN_KUpGwvu4R2iOwMUvN4eaLw

また、操作説明会の日程が合わない場合や、個別に詳しく相談したい場合は以下のURLより個別相談会にお申込みください。

▼ブラストメール個別相談会
<https://app.spirinc.com/patterns/availability-sharing/20de20d5-5d16-47c6-bfac-cdf6a03555b7/confirm>

セミナー内でもお伝えしたように、メルマガは低リスクで大きな成果が見込めるツールとなっております。

まずは実際に試していただき、その効果を実感していただければと思います。

昨日は誠にありがとうございました。今後ともよろしく願っています。

失注顧客の掘り起こし

先日は、ブラストメールをご検討いただきありがとうございました。

その後のご利用状況をお伺いしたくご連絡差し上げました。

無料トライアルのご案内をさせていただきまますので
もしよろしければ、ぜひ実際に操作感等お試しくださいと
※自動で有料版への切り替えはございませんので安心くださいませ。

◆無料トライアルのご案内

以前、お問合せいただいた方を優先に、無料トライアルのご案内を差し上げております。本番環境と同じ機能をお試し頂けますので、導入後のイメージもより鮮明になるかと思えます！

トライアル期間は、必要に応じて延長いたしますので、お気軽にご相談いただければと存じます。

★無料お試しお申込みフォーム★

<https://blastmail.jp/order/inout>

ご確認いただき、不明点がございましたら
お電話、メールでのお問合せはもちろんですが
ZOOMでの説明案内も行っております。

過去失注ユーザーは確度が高いので定期的に掘り起こしを行う

顧客への一斉周知

blastmail

2022年4月21日

お客様各位

いつもお世話になっております。
ブラストメールサポートセンターでございます。

このたびはブラストメールをご利用中のお客様向けに
サポートサービスの充実を図るためサポートサイトを開設致しました。

サポートサイトでは以下のコンテンツをご用意しております。

- ・初心者向けガイド
- ・各種機能のマニュアル
- ・よくある質問
- ・メルマガ効果改善ガイド
- ・アップデートなどのお知らせ情報

[サポートサイトはこちら >>](#)

オンボーディング

blastmail

その2: ナンバリングが管理に入ってしまったら

その1: 文字数が多い

絶対やってはいけない6つのこと

絶対やってはいけない6つのこと ~本文編&件名編~

一般的なビジネスメールと違いメールマガジンでは、
件名や本文を書く際に**相手が読みやすいように守るべきポイント**があります。

このポイントを守らないと、
受信側によって読みづらく、効果の出にくいメールマガジンになってしまいます。

本資料ではメールマガジンを作成する上で
やってはいけない6つの失敗ケースを参考に、改善する方法を解説しております。

[資料を読む](#)

用途によって全リストへの配信・グループ配信を使い分ける

カスタマーサクセス



さらに活用したい方必見！

弊社成功事例のご紹介

サポートセンターではお客様アンケートや日々のお問合せの中で「他の契約者様がプラストメールをどのように活用しているのを知りたい」とのお声を頂くことが多いです。そこで今回はサポートチームがどのようにプラストメールを活用しているかの事例をご紹介します！

▼目次

- 1.メールの目的は？
- 2.メールのデザインはどうやって決めた？
- 3.配信時間はどうやって決めた？
- 4.配信後効果はあった？

1.メールの目的は？

サポートチームがメール配信を始めた当時、「プラストメールを導入後、使い方が分からない、うまく活用出来ない」といった理由で利用されなくなってしまいうケースが少なくありま

リレーション強化



ご担当者様各位

いつもプラストメールをご愛顧いただきまして、誠にありがとうございます。突然ですが平素よりご利用頂く中で、このようなお悩みはありませんか？

ex) ・メールを配信しても売り上げや問い合わせに直結しない
・メールのクリック率が低い
・現在配信しているメールに改善点が無いか知りたい

こんなお悩みをお持ちのお客様はぜひ**メール添削サポート**をご活用ください！
本メールを受領したお客様限定で、メール添削サポートを行わせて頂きます。

[メール添削サポートへ申し込む >>](#)

◆対象
本メールを受領されたお客様

メールで顧客との接点をもち、顧客の成功を支援する

解約顧客の掘り起こし



お世話になります。
ブラストメールサポートチームでございます。
以前は、ブラストメールをご利用頂きましてありがとうございました。

今回メールをお送りさせていただいたのはブラストメールのご利用者様が
普段どのような目的で弊社サービスを活用いただいているのか、
用途例をいくつかご紹介させていただいたうえで、再度ブラストメールを使用する機会を
ご紹介できればと思い、ご連絡させていただきました。

・ **自社コンテンツを掲載する**



自社で製作済のコンテンツをメールに掲載したりお客様に見てほしい商品等のURLを載せたりするなど、メルマガをネット集客の基盤として活用いただくケースも増えています。

・ **セール情報、イベントのご案内**

アップセル



＼ ご導入2ヶ月目のお客様限定 ／
迷惑メール対策無料キャンペーン

通常 **Standardプラン** から**の機能が** **無料で試せる!** 今なら...

平素はブラストメールをご利用頂きまして誠に有難う御座います。
ブラストメールサポートセンターでございます。

弊社ではブラストメール導入2ヶ月目のお客様の運用をご支援させていただく目的で、
迷惑メール対策無料キャンペーンを実施しております。

<<迷惑メール判定対策をした方がいい7つの理由>>

過去にキャンペーンにご参加いただきましたお客様からも大変ご好評いただいております。
是非、この機会に奮ってご参加ください!

サポートチームからの営業活動にも活用

AGENDA

アジェンダ

- ① なぜ今メルマガ配信をすべきなのか
- ② メルマガを始める前に知っておくべき基礎知識
- ③ BtoBメルマガの始め方 4STEP
- ④ アポ獲得 & 商談に繋がるメール配信方法
- ⑤ ブラストメールの配信事例をご紹介
- ⑥ **今日から使えるメールマーケティングTips**
- ⑦ まとめ & ブラストメール・配信メールのご紹介

メルマガの配信曜日 (toBの場合)

曜日	開封率	クリック率	開封→申込み率
月	23.28%	0.61%	0.09%
★ 火	28.70%	1.23%	0.28%
水	28.18%	0.80%	0.34%
木	26.85%	1.09%	0.15%
金	26.90%	0.92%	0.17%

※ブラストメールが 2022年5月～7月にセミナー案内用に送ったメルマガ配信の実績

火曜・水曜がベスト！ 月曜だけは絶対に避けるべし

メルマガの配信時間(toBの場合)

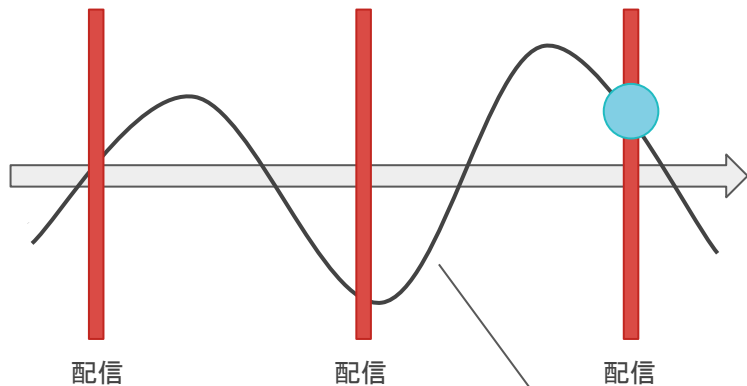
配信時間	開封率	クリック率	開封→申込み率
8:00	26.90%	0.73%	0.11%
★ 11:00	26.85%	1.05%	0.22%
13:00	26.81%	0.95%	0.19%
15:00	25.80%	0.93%	0.18%

※ブラストメールが 2022年5月～7月にセミナー案内用に送ったメルマガ配信の実績

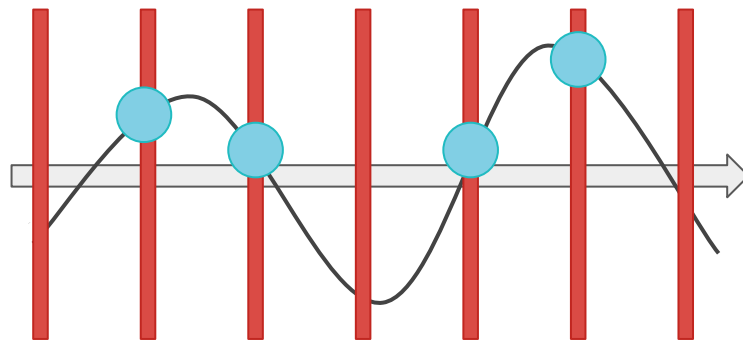
11:00頃がベスト！朝・夕方は避けた方が良さそう

メルマガの配信頻度

月1回のメール配信



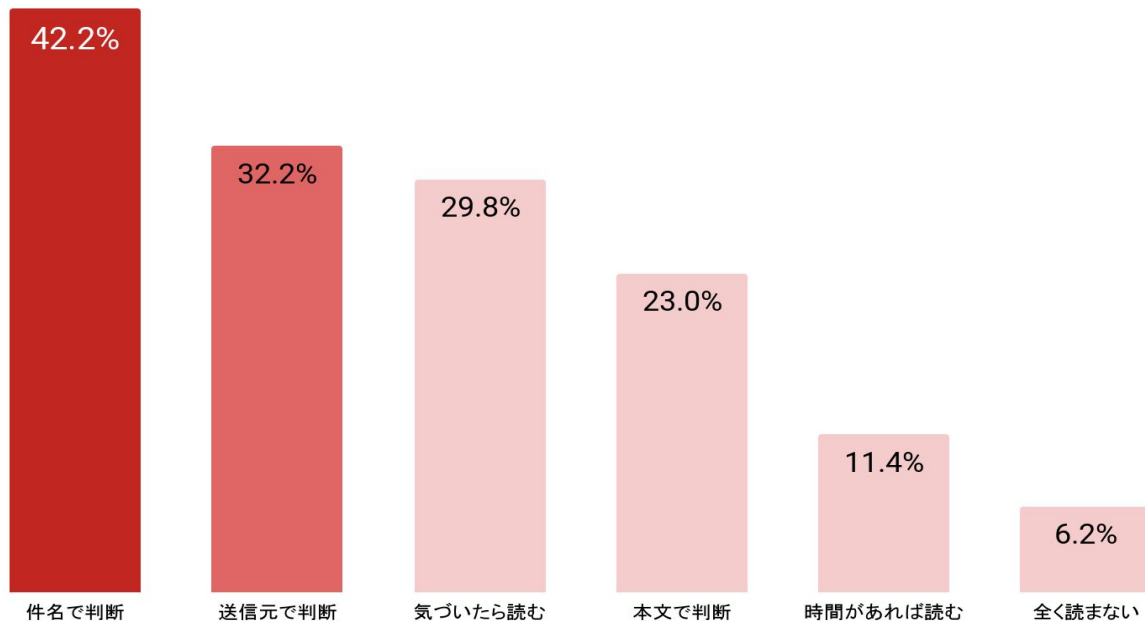
週1回のメール配信



顧客の購買意欲がいつも高いとは限らない

メールは週1回以上配信すべき！

メールマガジンを読むかどうかの判断



メルマガを読むかどうかは「件名」で判断されることが多い

メール開封率を上げる4Uの原則

①Useful(有益性)

- ▶ 記事を読むことで、「有益な情報を手に入れられる」と訴求する

②Urgent(緊急性)

- ▶ 時間的な緊急性のアピールを行い「今」記事を読んでもらう工夫をする

③Ultra specific(超具体性)

- ▶ 数字などを使いタイトルに具体性を持たせる

④Unique(独自性)

- ▶ ありきたりな言い回しではなく、他のメルマガと差別化する

メール開封率を上げる4Uの原則_Useful(有益性)

①Useful(有益性)

▶ 記事を読むことで、「有益な情報を手に入れられる」と訴求する

お得感: 〇〇%OFF、ポイント〇〇倍、SALE情報

限定感: メルマガ読者限定、マーケティング担当者向け

専門性: メルマガ配信Tips100選、メルマガ配信「基本講座」

メール開封率を上げる4Uの原則_Urgent(緊急性)

②Urgent(緊急性)

- ▶ 時間的な緊急性のアピールを行い「今」記事を読んでもらう工夫をする

時間:あと〇〇日、本日〇〇時まで、バレンタインセール

数量:先着〇〇名限定、あと〇〇名、「お急ぎください！」

危機:BCCメール配信による個人情報漏洩の事例

無駄な文章は削除しシンプルなメールを心がける

〇〇株式会社
〇〇様

9月に入っても厳しい暑さが続いておりますが、いかがお過ごしでしょうか。

私は先日、遅めの夏休みをとり沖縄に旅行に行きました。
澄み渡った青い海を見ていると..

〇月〇日に無料オンラインセミナーを開催します！
「今日から使えるメルマガ配信tips100選」

[セミナーに申込み >](#)

ちなみに、東京に戻ってからも海を見る機会がありました
が、沖縄と比べると..

株式会社ラクスライトクラウド
東京都〇〇 00-0000-0000

[配信停止はこちら](#)

不要



不要

〇〇株式会社
〇〇様

〇月〇日に無料オンラインセミナーを開催します！
「今日から使えるメルマガ配信tips100選」

[セミナーに申込み >](#)

株式会社ラクスライトクラウド
東京都〇〇 00-0000-0000

[配信停止はこちら](#)

「何を書いたらいいかわからない」
という悩みも解決！

ファーストビューにバナーを設置 & バナー下にボタンを設置する



The banner features a dark blue background with orange and yellow accents. On the left, a dark blue box contains the text: **無料** (Free), **オンラインセミナー** (Online Seminar), **6/16(木)** (6/16 (Thu)), and **14:00~15:00**. The main text in the center reads: **見込み顧客を獲得し育成する** (Acquire and nurture potential customers), **コンテンツマーケティング** (Content Marketing), and **メルマガ戦略** (Email Marketing Strategy). Below this, it says **～ 今日からできるコンテンツマーケティングの成功法 ～** (Success methods for content marketing you can start today). Two speakers are shown: **森神 佑希** (Yoshihiro Morikami) from **株式会社プラスロイ・クラウド** (Plus Roy Cloud Co., Ltd.) and **田島 泰** (Yasuhiro Tagami) from **ブランディングテクノロジー株式会社** (Branding Technology Co., Ltd.).

無料でセミナーに申し込む

お世話になっております。ブラストメールの山口です。

明日開催のセミナー情報をお送りします。まだ残席がございますので、ご興味のある方はぜひいまのうちにお申込みくださいませ。

メルマガだけでなくLPでも最もクリック率が高くなった

続きはこちらのセミナーで詳しくお伝えします

無料
オンライン
セミナー

11/22 火
13:00~14:30

blastmail こんなメルマガ配信は絶対にNG

「週5配信で分かった」本当に成果が出る
**メルマガのノウハウ
100選**

 株式会社ラクスライトクラウド
Webマーケティングリーダー
森神 佑希



チャット欄のリンクからお申込みをお願いします

AGENDA

アジェンダ

- ① なぜ今メルマガ配信をすべきなのか
- ② メルマガを始める前に知っておくべき基礎知識
- ③ BtoBメルマガの始め方 4STEP
- ④ アポ獲得 & 商談に繋がるメール配信方法
- ⑤ ブラストメールの配信事例をご紹介
- ⑥ 今日から使えるメールマーケティングTips
- ⑦ **まとめ & ブラストメール・配信メールのご紹介**

「メール配信システム」を使ったメルマガ配信3つのメリット

①費用対効果が高い



②効果が出やすい



③すぐに始めることができる



メルマガは誰でも手軽に始めることができるからこそ ...

やるかやらないかで大きな差がついてしまう！

メルマガを安心して運営するために使うべきツール

サービス	機能	価格	使いやすさ	サポート
 blastmail	必要最低限	業界最安クラス	初心者でも 使いやすい	使い方や導入前の 不明点解消
 配配メール Bridge	マーケティング 機能が豊富	オプション次第 では高価格に	慣れれば問題なし	アフターフォローも 充実

①これから始める方: ブラストメール **②上級者: 配配メール**

ブラストメールの料金プラン

	おすすめ	大規模配信ならこちら
Lightプラン	Standardプラン	Proプラン
手軽にメール配信をはじめたい方向け	メールをより確実に届けたい方向け	5万アドレス以上の大規模配信向け
基本機能のみのシンプルプラン	迷惑メール対策機能付きの標準プラン	配信規模に応じたカスタマイズが可能な大規模プラン
<input checked="" type="checkbox"/> 基本機能 (メール作成 / 配信 / 読者管理...)	<input checked="" type="checkbox"/> 基本機能 (メール作成 / 配信 / 読者管理...)	<input checked="" type="checkbox"/> 基本機能 (メール作成 / 配信 / 読者管理...)
迷惑メール対策機能	<input checked="" type="checkbox"/> 迷惑メール対策機能	<input checked="" type="checkbox"/> 迷惑メール対策機能
5万アドレス以上の大規模配信	5万アドレス以上の大規模配信	<input checked="" type="checkbox"/> 5万アドレス以上の大規模配信
リストクリーニング	リストクリーニング	<input checked="" type="checkbox"/> リストクリーニング
無料お試し	無料お試し	無料お試し
月額 3,000円 ~	月額 6,000円 ~	月額 30,000円 ~
初期費用 10,000円 (1年契約で半額)	初期費用 10,000円 (1年契約で半額)	初期費用 50,000円
料金表 ▼	料金表 ▼	詳細はこちら

11年連続顧客導入シェアNo.1_ブラストメール

👑 メール配信業界シェア
圧倒的No.1



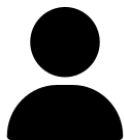
導入18,000社以上の実績
全国の様々な企業から官公庁まで

初めてでも安心。誰でもかんたんに利用できる
電話とメールでのサポートあり

業界最安クラスの価格でご提供
必要な機能だけを厳選

「無料」でメール配信をお試しいただけます！

費用対効果が高いメールマーケティングサービスNo.1_配配メール



- ・アポ創出、売上アップしたい
- ・顧客の優先順位を可視化したい
- ・初めてなので手厚いフォローがほしい



Bridge

- ✓ 基本機能（メール作成 / 配信 / 読者管理...）
- ✓ 迷惑メール対策機能
- ✓ トリガーメール
- ✓ ホットリード抽出
- ✓ メモリー配信
- ✓ 来訪者通知

チャット欄のURLより資料ダウンロードにお進みください！

11年連続顧客導入シェアNo.1_ブラストメール(セミナーのご案内)

無料
オンライン
セミナー

11/15 火
11:00~12:00

blastmail

初心者のための 「メルマガ配信」 基本講座


株式会社ラクスライトクラウド
Webマーケティングリーダー
森神 佑希



チャット欄のURLよりお申込みください！

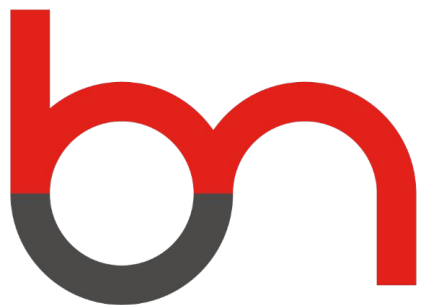
ご清聴ありがとうございました。

アンケート回答のご協力をよろしく申し上げます。
ご回答いただいた方に本日のセミナー資料をお送りします！

 メール配信業界シェア

※

圧倒的No.1



blastmail

※デロイトトーマツ ミック経済研究所「クラウド型eメール一斉配信サービスの市場動向」2021年