



初回接触からナーチャリングまで カスタマージャーニーに寄り添うサイト接客

～ サイトエンジン × ラクスライトクラウド × Flipdesk 共催セミナー～

2022/12/22 Flipdesk Inc.

社名 株式会社フリップデスク (Flipdesk Inc.)

所在地 〒107-6035 東京都港区赤坂1-12-32 アーク森ビル35階

事業内容 WEB接客ツール「Flipdesk」、
チャットボット「Cross Talk」、
CDPソリューション「Data Union」
の提供を通じたマーケティング支援事業



総務省後援の「ASPIC IoT・AI・クラウドアワード2021」において、「先進技術賞」を受賞



IT製品レビュープラットフォーム「ITreview Grid Award 2022 Fall」7部門にて「Leader」を受賞
「Web接客」の部門では10期連続「Leader」受賞



株式会社フリップデスク Marketing Team 山下 美里 / Misato Yamashita

総合代理店での広告制作や、金融業界でのマーケティング経験を経てフリップデスクへ入社。

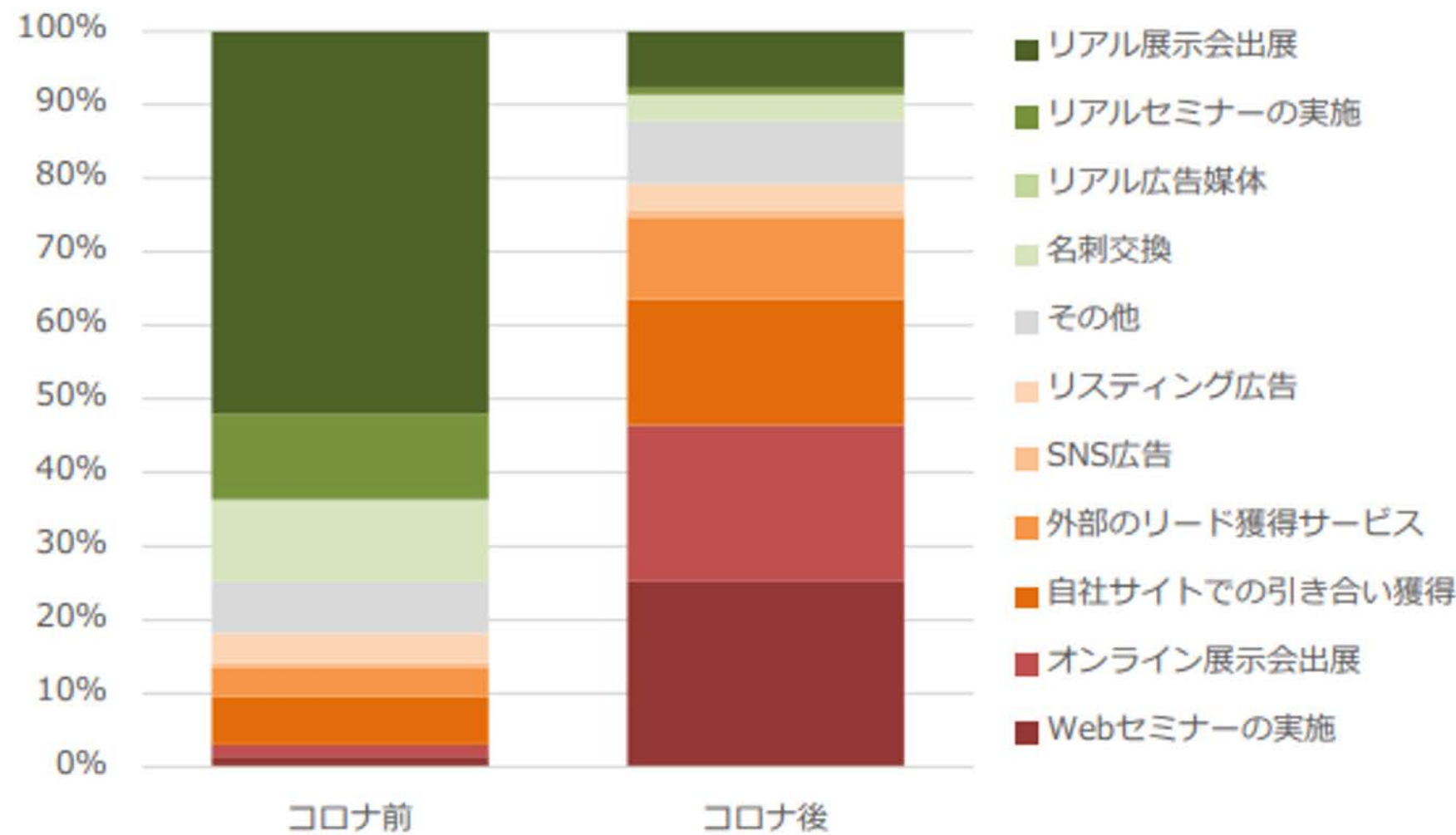
マーケティングチームの一員として、新規顧客開拓及びナーチャリングの他、コンテンツ制作にも従事。顧客体験（CX）の向上やDX推進に勤しむあらゆる企業・団体に向けて、フリップデスクは何ができるのかを発信。

INDEX

- デジタル化したユーザーの行動
- カスタマージャーニーにおけるサイトの重要性
- ご活用事例
- Flipdeskご紹介

リード獲得のオンライン化が加速

パンデミックを経てBtoBのユーザーは急速にオンラインで行動することが増えました。それに応じてリード獲得の主要経路はオンライン割合が約20%から約80%に急拡大(*1)。



オンラインの割合
約80%に急拡大

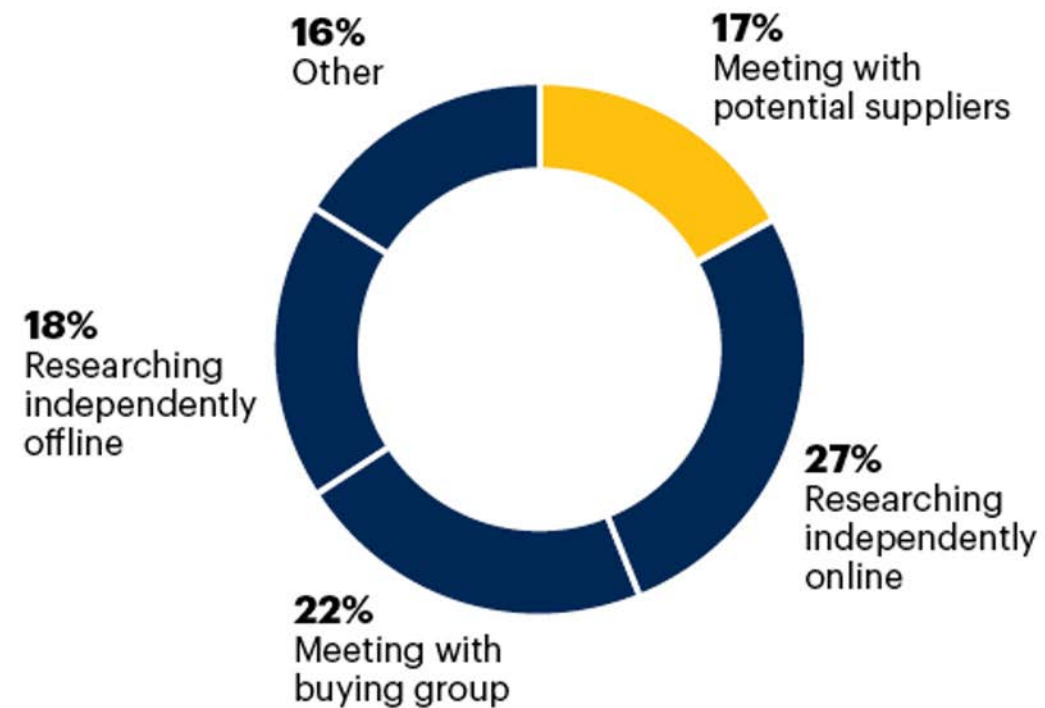
・図2.コロナ感染拡大前/拡大後に最も獲得数が多かった顧客獲得施策（単一回答）

*1 出典：アイティメディア株式会社2022年3月『リード獲得と育成（ナーチャリング）に関するアンケート』

さらに育成・営業活動全体もオンライン化へ

顧客と対面する時間がますます少なくなってきている昨今、
2025年にはB2Bの営業活動の約80%がデジタルチャネルで行われるようになると予測されています(*2)。

Distribution of buying groups' time by key buying activities



gartner.com/SmarterWithGartner

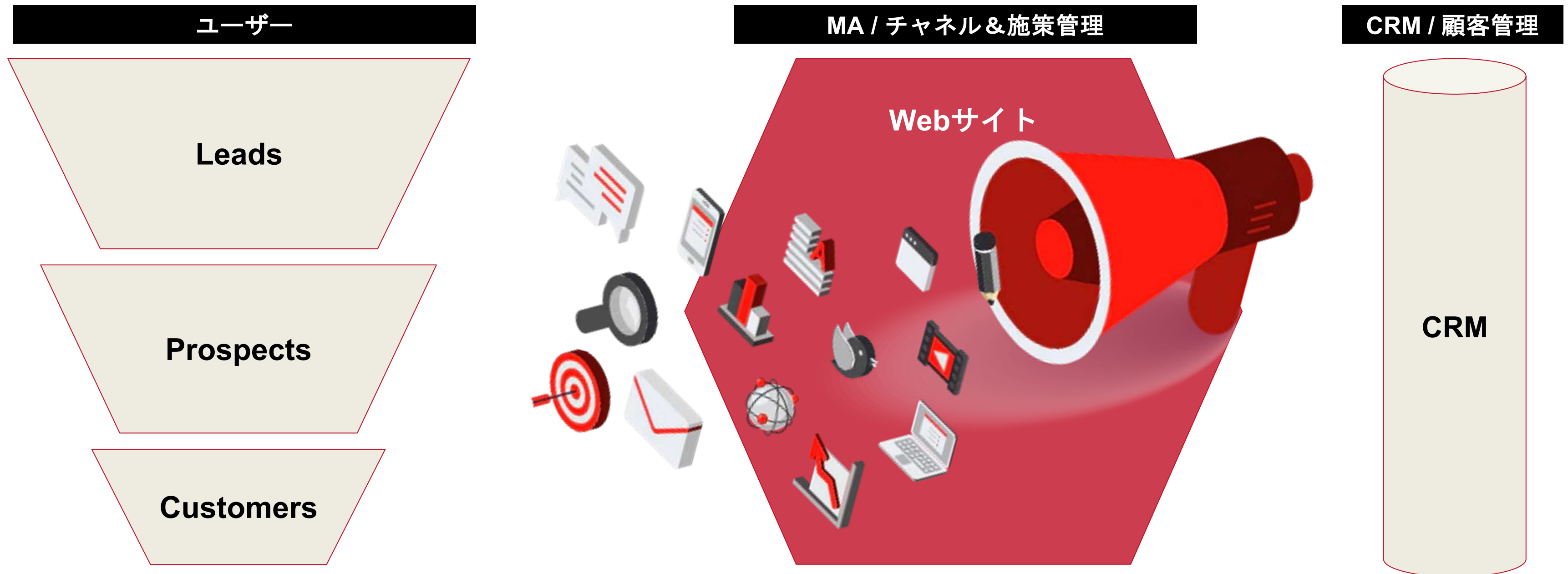
n = 750 B2B buyers
Source: 2017 Gartner Digital B2B Buyer Survey
© 2020 Gartner, Inc. All rights reserved. PR_1052543

Gartner

リード獲得後の営業活動も
約80%がデジタル化

オンライン化の"HUB"となるWebサイト

リード獲得の広告から、ナーチャリングのためのメルマガ、果てには商談まで、大半の接点がオンラインへ。
すべての繋ぎ役になるのが「Webサイト」です。



つまり、サイトの最適化が至上命題に

同業種の企業はどうしているのか知りたい

▶ 業種別の事例紹介ページへ誘導
+ 事例集ダウンロードも

メルマガで見かけた資料、どれだっけ？

▶ メルマガで紹介した資料のバナー + バックナンバーはこちら

今より使いやすいツールに変えたい。機能が充分にあるのは？

▶ 機能一覧ページへ誘導、
+ デモ体験予約も



**Flipdeskなら、
サイト流入経路、閲覧したコンテンツ、
時間など、ユーザーの行動にあわせて、
最適化した訴求を出し分けできます。**

※チャンネル、キーワード、Cookie、パラメータ等でターゲティング

ご活用事例 | リード獲得のCVR改善

課題

サービス資料請求のCVRが低く、改善したい。

対策

閲覧しているページからユーザーの興味を惹いている内容を判定。**ページを読み終わったタイミングを見計らって、関連資料のダウンロードを促すバナーを表示。**

効果

興味コンテンツとタイミングを最適化した訴求で、**資料請求のCVRが3.5倍改善！**

ユーザーの興味が高まったタイミングで
詳細資料DLのバナー表示



ボタンクリック後、ダウンロードページへ遷移



Flipdeskなら、閲覧ページ・スクロール位置・閲覧量(%)・秒数での指定など、柔軟なターゲティングと表示タイミングの設定が可能です。

ご活用事例 | SNS購読者のナーチャリング

課題

SNS購読者のロイヤリティを高めたい。

対策

流入・閲覧したSNSをパラメータで識別してターゲティングし、他経路とは異なるキャッチでコンテンツに誘導するバナーを表示。

効果

ロイヤリティを高める最適化した訴求で、通常より
CTR 126%、CVR 143% 高い結果に！

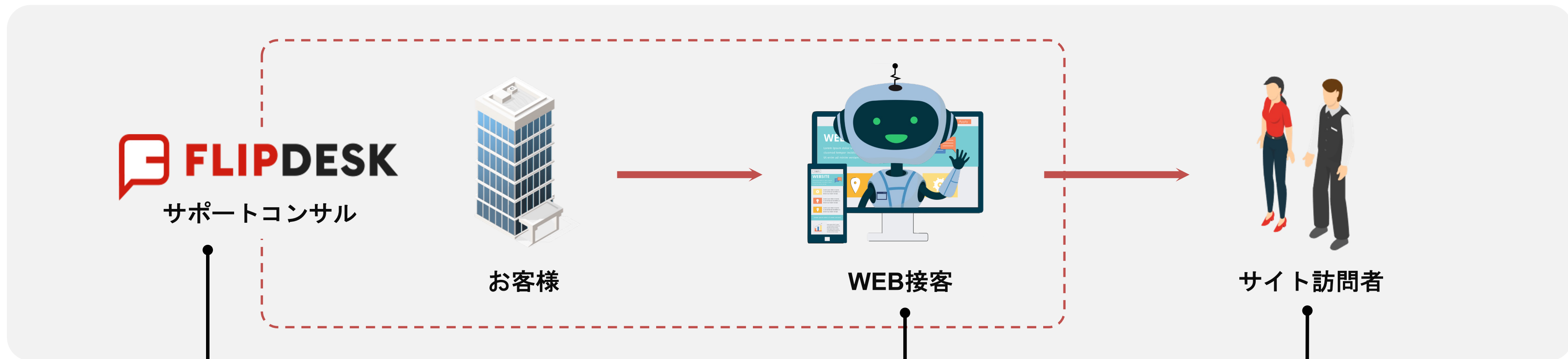
SNS購読者限定のコンテンツ誘導バナー表示



Flipdeskなら、リファラー（流入元）、クエリー、キーワード、パラメータの指定など、柔軟なターゲティングと表示タイミングの設定が可能です。

Webサイト最適化ならFlipdeskなワケ

豊富な機能を、手厚いサポート体制と共に、リーズナブルなランニングコストでご提供



充実のサポート体制

お客様のリソースや要望を踏まえ、導入からレポーティングまで、充実したサポート体制を提供します。

データを活用したWEB接客

収集したデータからお客様の状況に最適な接客機能を提供します。

行動データを蓄積

サイト訪問者の情報を収集・蓄積します。

主に4種類の接客パターンで検討をアシスト・加速することができます。

①

HTMLの置換or挿入/直リンク

画像 HTML テキスト



- A ターゲットAに対応してページを追加
- B ターゲットBに対応してページを置換
- C ボタンを表示し別ページへの遷移を促進

②

ポップアップ

画像 HTML



- A 画像の表示
- B ページ全体をグレイアウト
- C HTMLの表示

③

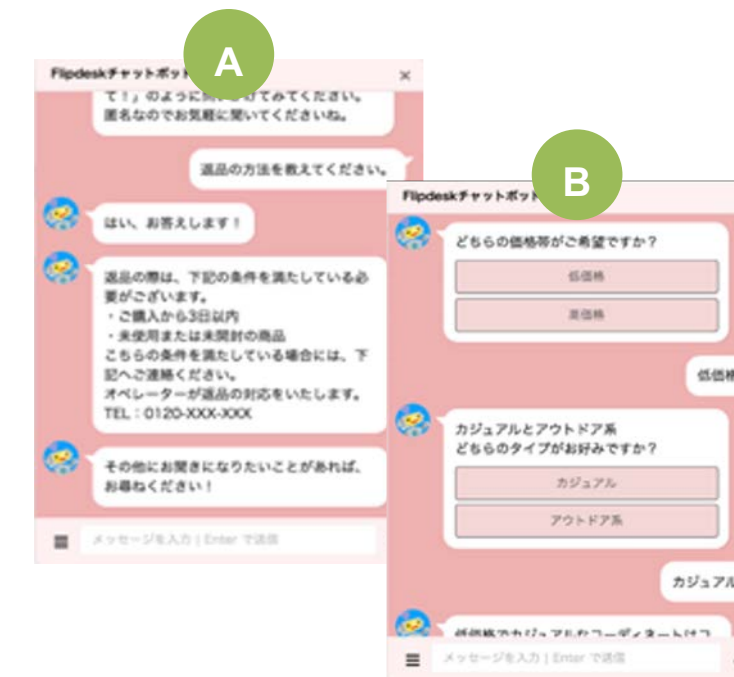
WEBプッシュ通知



プッシュ通知により、最新情報を送信

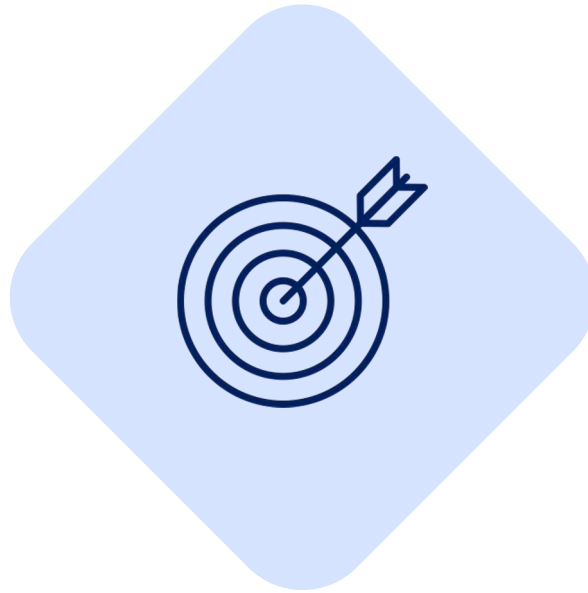
④

チャットボット



- A 一問一答形式での回答
- B シナリオ形式の回答も可能

人気の機能例



サイト内行動履歴



予約配信



ABテスト



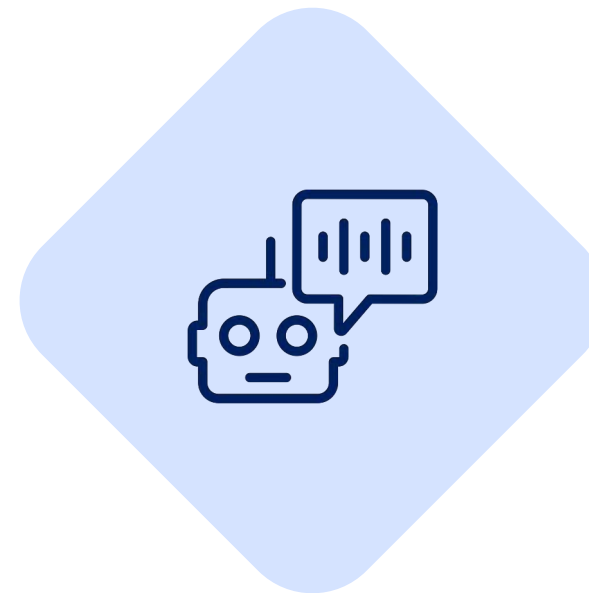
レポート



リファラー条件



有人チャット



チャットボット



プッシュ通知



CDP連携

オンライン接客がもたらすメリット



各ユーザーに対しての
適切な情報発信



ユーザーの利便性向上



サイトの改善



離脱防止



ブランドイメージ向上



リードタイムの短縮



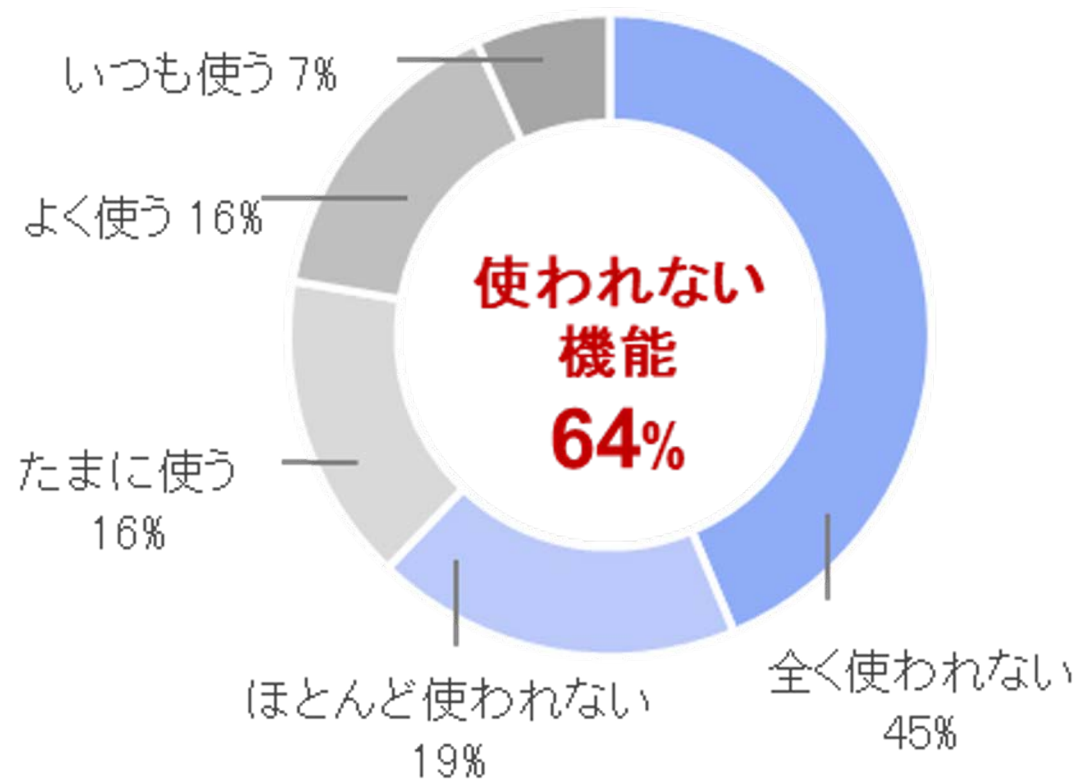
売上・CVの向上



ツールによる自動化で
工数削減

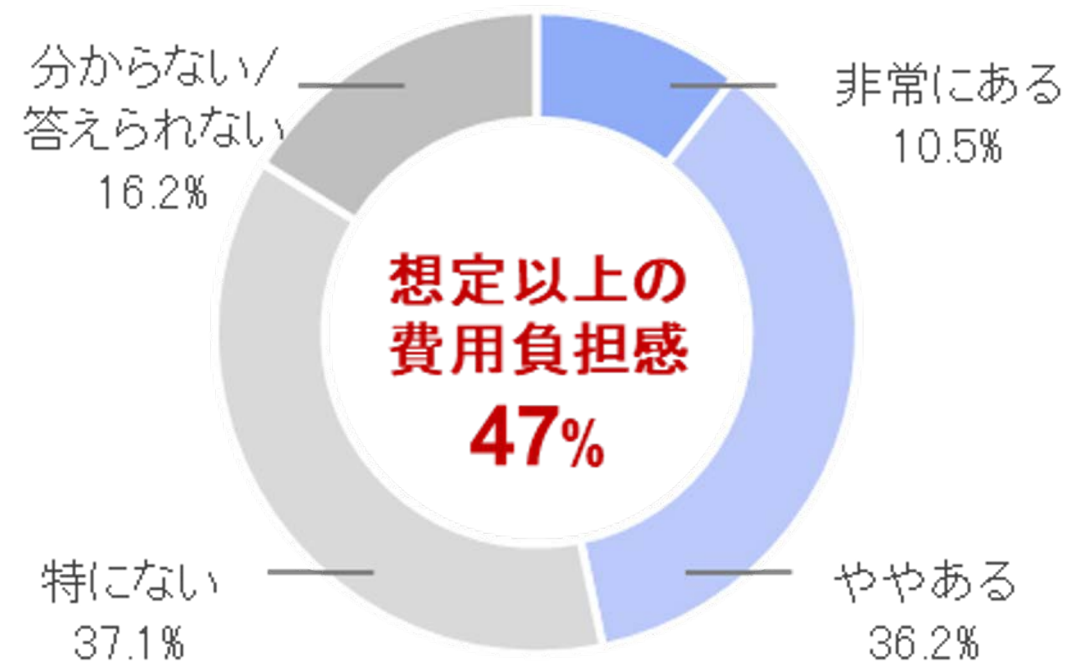
「ちょうどよい」がFlipdeskの魅力

システム機能の利用度



※米StandishGroup
 “Study Report in 2000 chaos report”より
<https://jbpress.ismedia.jp/articles/-/64835>

SaaS導入における費用負担感



※株式会社アクト
 「SaaS導入の費用に関する意識調査」より
<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000005.000076503.html>

Flipdeskのコスパ評価

- サイト接客ツールのエントリーモデルとして最適。他社サービスと比較しましたが、イニシャル・ランニングコストで優位だった。(メーカー)
- Webマーケティング、何よりCRMには欠かせない素晴らしいツールです。(食料品)
- コストを抑えた上で、必要な機能はそろっているため、CV向上ツールとして利用しています。(EC)

※弊社ご利用者向けアンケートより。

幅広いサービス領域でWEB施策のスタートから顧客体験（CX）向上の実現までトータルサポート

ECコンサル、WEB制作、広告運用など様々な知見を有するコンサルタントが在籍。最短距離で効果の創出まで伴走いたします。

必要な機能を必要な分だけ、リーズナブルに170を超えるテクノロジー／ツールとデータ連携。データの集約、分析、セグメント作成、施策配信までの一連の流れをシームレスにサポート。

プロダクト



売上アップ／CV向上を得意とするWEB接客ツールの提供に加え、CS対応の自動化を目的としたチャットボットを提供します。

コンサルティング



広告運用からバナー制作やサイトのリニューアルまでご要望に応じてご提案いたします。

制作/広告



データ活用



顧客体験（CX）向上



お気軽にご相談ください

- 課題の発見
- 業種、業態ごとの活用事例
- 費用対効果のシミュレーション
- デモ体験のご希望 など

お問い合わせ : contact@flipdesk.jp



見込み顧客を育成するメール配信戦略！ 読まれるメルマガの秘訣とは？

2022年12月22日(木)

黒川 和樹

このパートを聞くことで（ゴール）

- 1 メール配信が注目されている理由
- 2 メールマガを活用した顧客育成の方法
- 3 メール配信で成果を上げる秘訣



株式会社ラクスライトクラウド
メールマーケティング
コンサルタント
黒川 和樹

人材業界で営業を4年経験
大企業を中心に累計500社の採用を支援

ラクスへ転職
配配メール事業部でセミナー企画・運営

ブラストメールのマーケティング
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

楽楽明細

楽楽勤怠

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

楽!
ラクス Chat Dealer AI

bn blastmail

楽!
ラクス Mail Dealer

楽!
ラクス 配配メール

bn blastengine

CONTENTS

CHAPTER 1

今”メール配信”が
注目されている理由

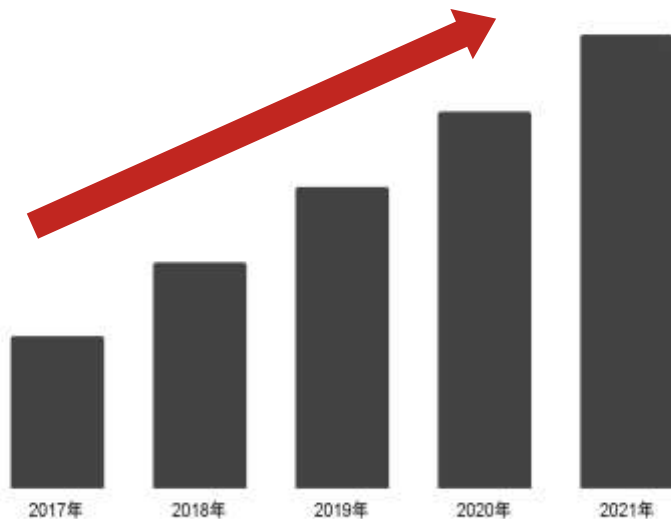
CHAPTER 2

メルマガを活用した
顧客育成の方法

CHAPTER 3

メール配信で
成果をあげる秘訣

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.

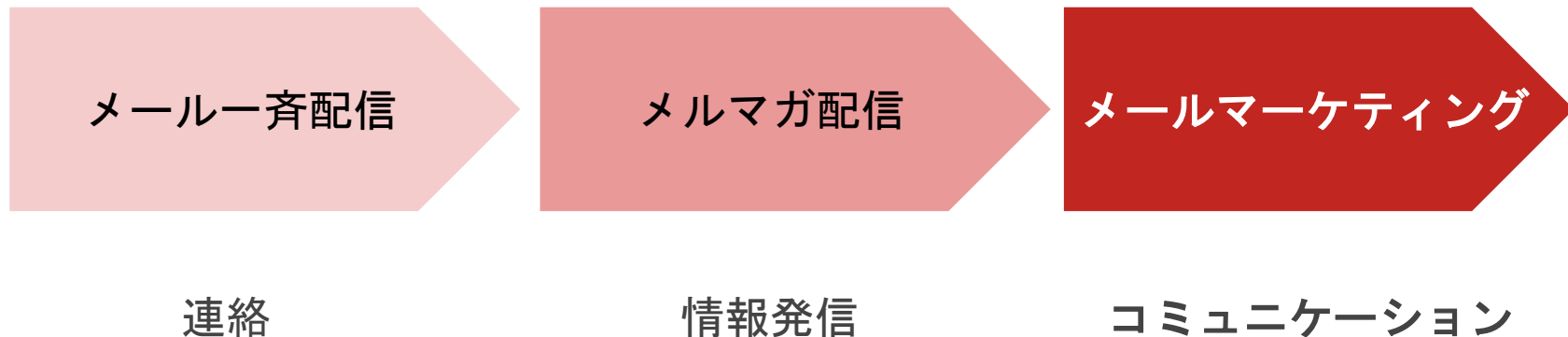
メール配信の市場規模は
毎年10%以上伸び続けている

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

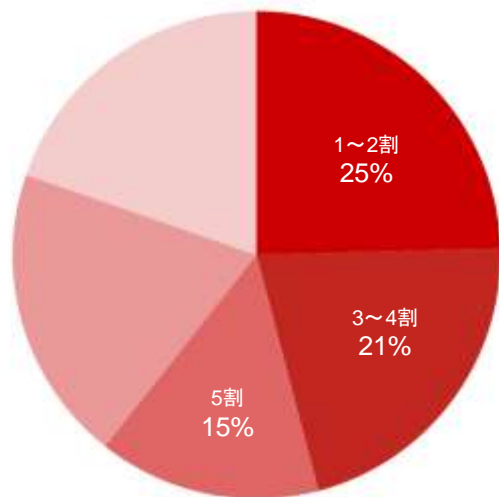
メール活用法の変化



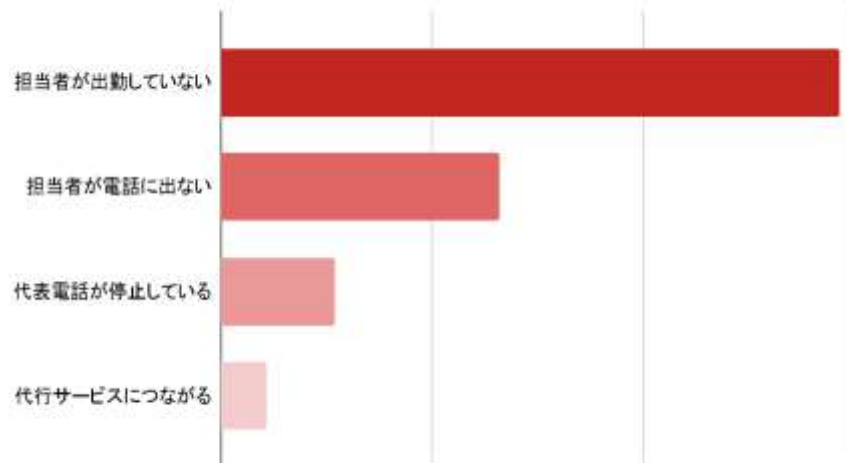
「メール」によって態度変容を促し、売上につなげる
まずは開封率・クリック率の計測から行う

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



メールは受信BOXに確実に届く

出典・参考：緊急事態宣言前と比べ約6割が受注数減少／テレワークが電話営業に影響【Mtame調査】、一般社団法人日本「ビジネスメール実態調査2020」

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

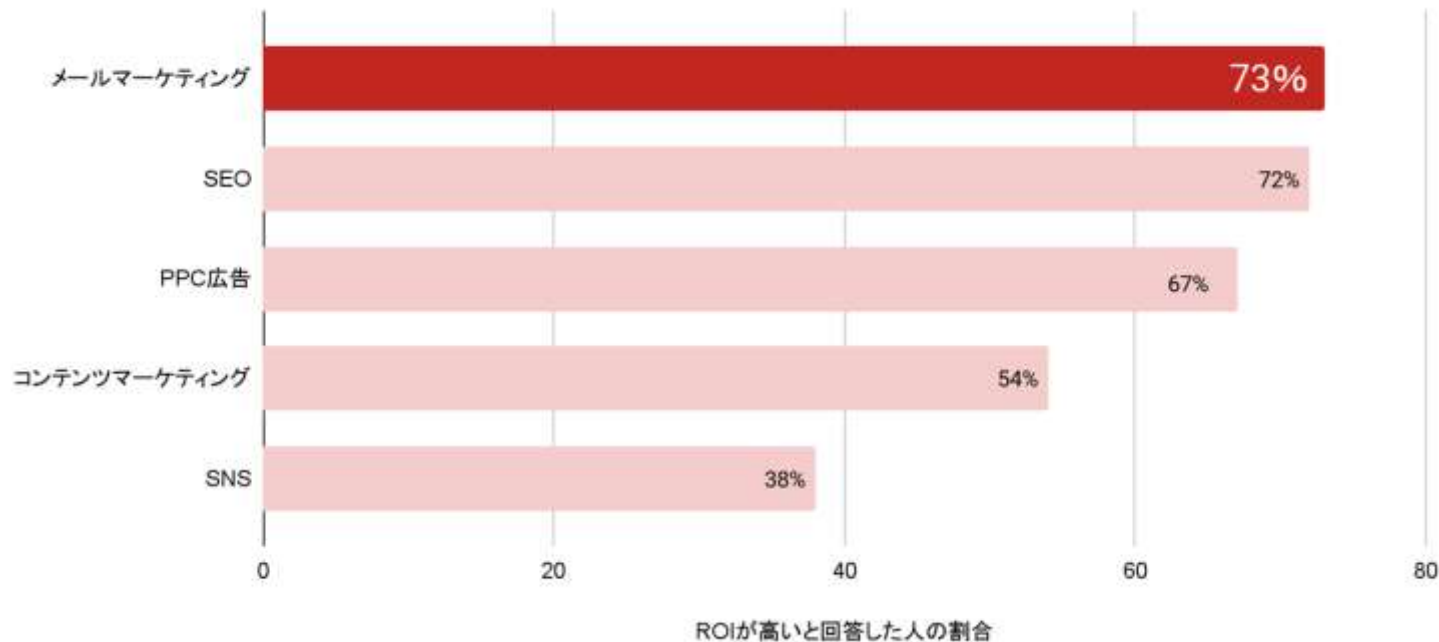


メルマガはPUSH型

- ・ 「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

メール(メルマガ)をどのように活用しているか

メルマガ配信で実現できること例



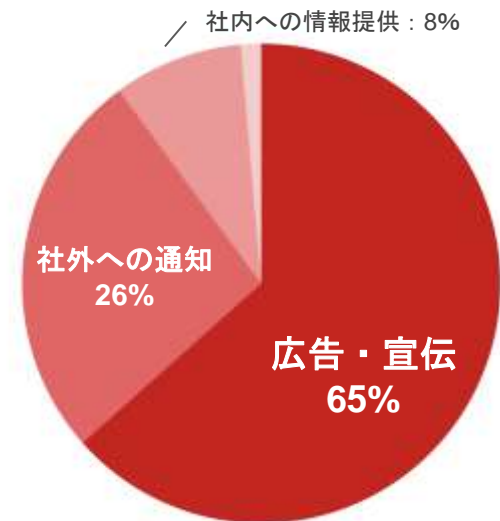
顧客との**エンゲージメント**を高める



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)

CONTENTS

CHAPTER 1

今”メール配信”が
注目されている理由

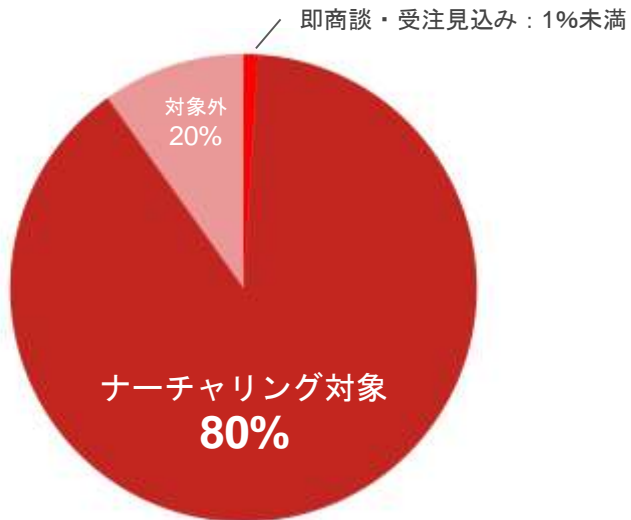
CHAPTER 2

メルマガを活用した
顧客育成の方法

CHAPTER 3

メール配信で
成果をあげる秘訣

顧客の育成(ナーチャリング)の必要性



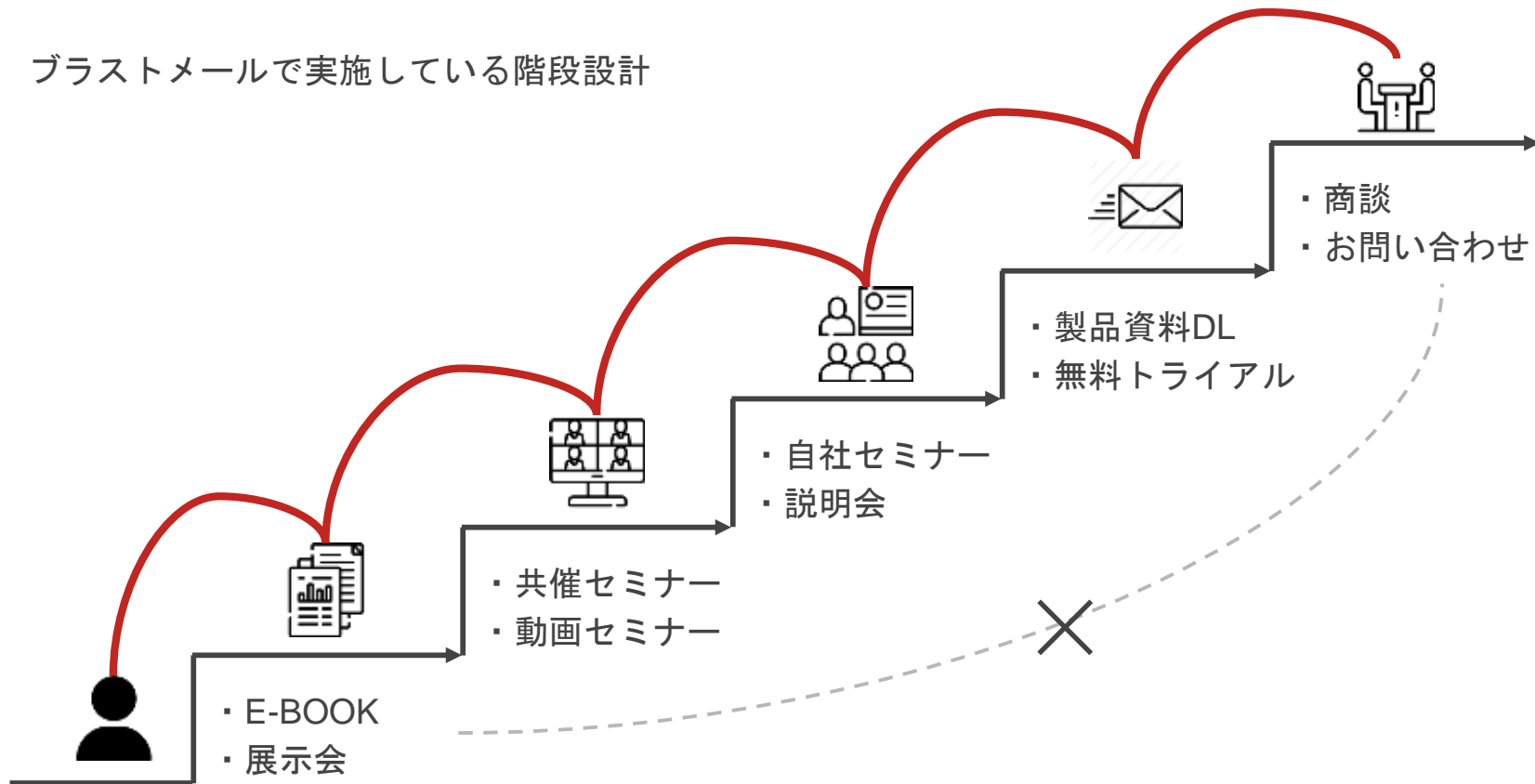
ハウズリストの中で即商談・即受注になる割合は低い ※リストにもよる

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



ターゲット（顧客のニーズ）にあわせてコンテンツを設計する



ブログ記事

ブログ記事のイメージとして、成長を示す棒グラフと、その成長を指し示す手。

ホワイトペーパー

ここで最新情報から、もう遅くない。
みんな読んでる
メルマガ作り方大全

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

5/12

無料トライアル

オンボーディング

はじめてご利用される方はこちらから！
はじめてガイド
初めてメール配信を行う方でもかんたんに操作が分かるガイドです。

誰に対して何を送るかが重要！メルマガはあくまで手段

テキストメールか？HTMLメールか？

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プ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プラストメールについて、
ご検討状況はいかがでしょう？

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。

引き続きよろしく申し上げます。

テキストのみ

無料
オンライン
セミナー

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

CVR1.5倍を実現した方法を完全公開

5/12(木)
12:00~13:00

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

株式会社フライド
セールスマーケティング部長
東 愛央衣

いつもお世話になっております。プラストメールの山口です。

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。

【参加無料 | 5/12(木)開催ウェビナー】
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

HTMLメール(画像やボタンなどを挿入可能)

テキストメールか？HTMLメールか？

▼メリット

- ・メールが読まれやすい
- ・クリックされやすい（誘導しやすい）
- ・効果測定ができる

▼デメリット

- ・専門知識が必要
- ・メールを作成するのに時間がかかる
- ・受信環境によっては正しく表示されない

無料
オンライン
セミナー

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

CVR1.5倍を実現した方法を完全公開

5/12(木)
12:00~13:00

blastmail
株式会社ブラスタイトクラウド
Webマーケティングリーダー
森神 佑希

B-HACK
株式会社ブライド
セールスマーケティング部長
東 愛央衣

いつもお世話になっております。ブラスタイトメールの山口です。

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付けておりますので、ぜひご参加ください。

【参加無料 | 5/12(木)開催ウェビナー】
今回のセミナーでは、「BtoBにおける効果的ながリード獲得手法」と「見込み顧客を買収するメールマーケティング」

HTMLメール作成エディタを利用することで解決可能！

テキストメールか？HTMLメールか？

▼ブラストメールであれば...

- ・専門知識が必要

→直観的に使えるエディタを標準搭載

- ・メールを作成するのに時間がかかる

→30種類以上のテンプレートをご用意！

- ・受信環境によっては正しく表示されない

→マルチパート配信対応

ブラストメールを使うことで全て解決できる！

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

競合が多い 価格が高い

×

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

競合が少ない 価格が高い

×

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

競合が多い 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！

差し込み機能の活用

差出人：黒川 和樹<kazuki.kuorkawa@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黒川です。
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

引き続きよろしく申し上げます。

① 担当者の個別アドレス(個人名)から送信する

② 会社名・名前の差し込みを行う

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**

担当営業の名前を使うとGOOD！

CONTENTS

CHAPTER 1

今”メール配信”が
注目されている理由

CHAPTER 2

メルマガを活用した
顧客育成の方法

CHAPTER 3

メール配信で
成果をあげる秘訣

ファーストビューにCTAを入れる



こんにちは。プラストメールの森神です。

メール一斉配信は、休眠顧客の掘り起こしを行う上で最適な手法のひとつと言えるでしょう。

休眠顧客は新規顧客を開拓するより低コストでコンバージョン（商品の購買やサービスの申込みなど）を獲得しやすいため、優先してアプローチをすべきです。

▼休眠顧客の掘り起こしメールの作り方

- 1,セグメントごとにコンテンツを送り分ける
- 2,差出人名をいつもと違う名前に変える
- 3,いつもより開封率を意図した件名（タイトル）を付ける
- 4,本文は端的にまとめ、アクションをうながす

さらに今回は、メールでの休眠顧客へのアプローチ方法を詳しく解説。効率良く休眠顧客へ



反応率：21.8%



こんにちは。プラストメールの森神です。

メール一斉配信は、休眠顧客の掘り起こしを行う上で最適な手法のひとつと言えるでしょう。

休眠顧客は新規顧客を開拓するより低コストでコンバージョン（商品の購買やサービスの申込みなど）を獲得しやすいため、優先してアプローチをすべきです。

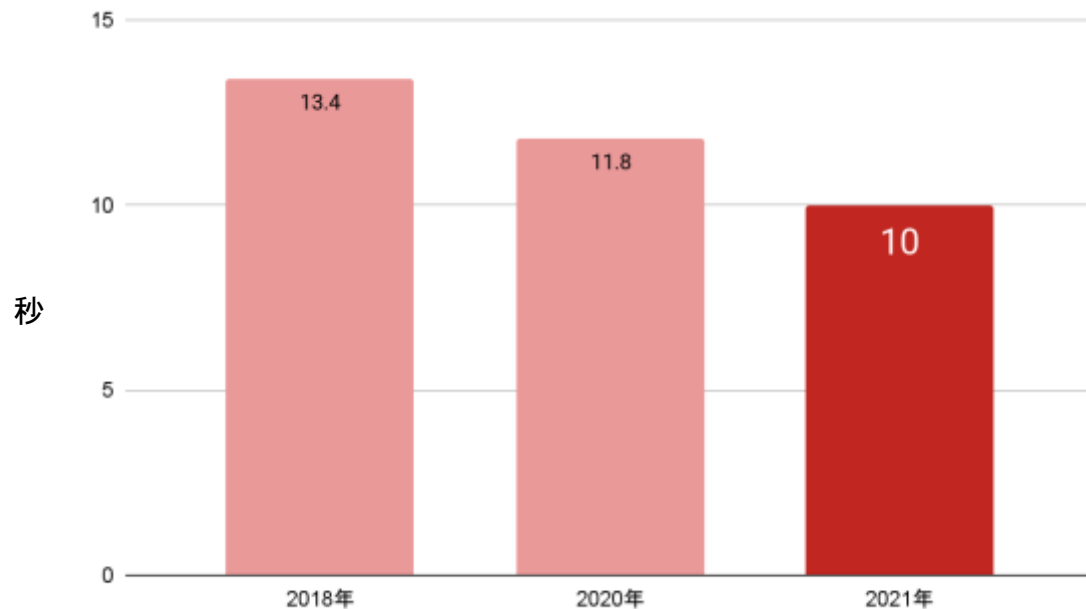
そこで今回は、メールでの休眠顧客へのアプローチ方法を詳しく解説。効率良く休眠顧客へアプローチしたい営業・マーケティング担当者は必見です！

[続きを読む >](#)



反応率：25.3%

ファーストビューにCTAを入れる



1通のメルマガが読まれている時間は10秒程度

※Average time people spend reading brand emails from 2011 to 2021より引用

CTAはボタンにする

blastmail

無料オンラインセミナー

SiteEngine × blastmail

【コンテンツマーケティング × メールマーケティング】
Webでのリード獲得からメールを駆使したリード育成まで！
成果を出すためのワンストップセミナー

2022年4月6日(水)15:00-16:00

サイトエンジン株式会社 荒井 結早 | 株式会社ラクスライトクラウド 森陣 佑亮

【参加無料 | 4/6(水)開催ウェビナー】
コンテンツマーケティングとメールマーケティングを活用したリード獲得からリードの育成までのノウハウを60分でご紹介いたします！

▼こんな方におすすめ

- ・Webサイトからの集客に課題をお持ちの方
- ・CV (お問い合わせ) を募集した集客を行いたい方
- ・Webマーケティング運用をご担当の方

[詳細はこちら](https://us02web.zoom.us/j/8416460426350?pwd=Z24wZ2ZlTktkTmRlODU5MkRlbnRlc0pB)
https://us02web.zoom.us/j/8416460426350?pwd=Z24wZ2ZlTktkTmRlODU5MkRlbnRlc0pB

✗ 反応率：6.4%

blastmail

無料オンラインセミナー

SiteEngine × blastmail

【コンテンツマーケティング × メールマーケティング】
Webでのリード獲得からメールを駆使したリード育成まで！
成果を出すためのワンストップセミナー

2022年4月6日(水)15:00-16:00

サイトエンジン株式会社 荒井 結早 | 株式会社ラクスライトクラウド 森陣 佑亮

【参加無料 | 4/6(水)開催ウェビナー】
コンテンツマーケティングとメールマーケティングを活用したリード獲得からリードの育成までのノウハウを60分でご紹介いたします！

▼こんな方におすすめ

- ・Webサイトからの集客に課題をお持ちの方
- ・CV (お問い合わせ) を募集した集客を行いたい方
- ・Webマーケティング運用をご担当の方

[詳細はこちら](#)

△ 反応率：8.7%

blastmail

無料オンラインセミナー

SiteEngine × blastmail

【コンテンツマーケティング × メールマーケティング】
Webでのリード獲得からメールを駆使したリード育成まで！
成果を出すためのワンストップセミナー

2022年4月6日(水)15:00-16:00

サイトエンジン株式会社 荒井 結早 | 株式会社ラクスライトクラウド 森陣 佑亮

【参加無料 | 4/6(水)開催ウェビナー】
コンテンツマーケティングとメールマーケティングを活用したリード獲得からリードの育成までのノウハウを60分でご紹介いたします！

▼こんな方におすすめ

- ・Webサイトからの集客に課題をお持ちの方
- ・CV (お問い合わせ) を募集した集客を行いたい方
- ・Webマーケティング運用をご担当の方

[詳細を見る >](#)

○ 反応率：10.3%

CTAは多い方がクリック率は高いのか？



VS



| | A | B |
|-------|---------|---------|
| 配信数 | 232,845 | 233,051 |
| 開封数 | 49,596 | 59,195 |
| 開封率 | 21.3% | 25.4% |
| クリック数 | 7,916 | 15,530 |
| クリック率 | 3.4% | 6.7% |

コンテンツの数を10個以上から4つに絞りクリック率 約2倍

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

メルマガの配信時間と曜日（toCの場合）

| ターゲット | 曜日 | 時間帯 | 備考 |
|----------|--------|-----------------|-----------------|
| ビジネスパーソン | 平日 | 7時～8時・18時～23時 | 仕事前後の時間 |
| ビジネスパーソン | 休日・祝日 | 18時～23時 | 家族サービスや趣味が終わった後 |
| 学生 | いつでもOK | 19時～23時 | 授業やバイト後の時間 |
| 主婦 | 平日 | 11時～14時、20時～23時 | 家事・育児の後の時間 |
| シニア | いつでもOK | 5時～10時 | 活動時間が早い |

夜がBEST！（あくまで一般論なのでリストによっても異なる）

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。

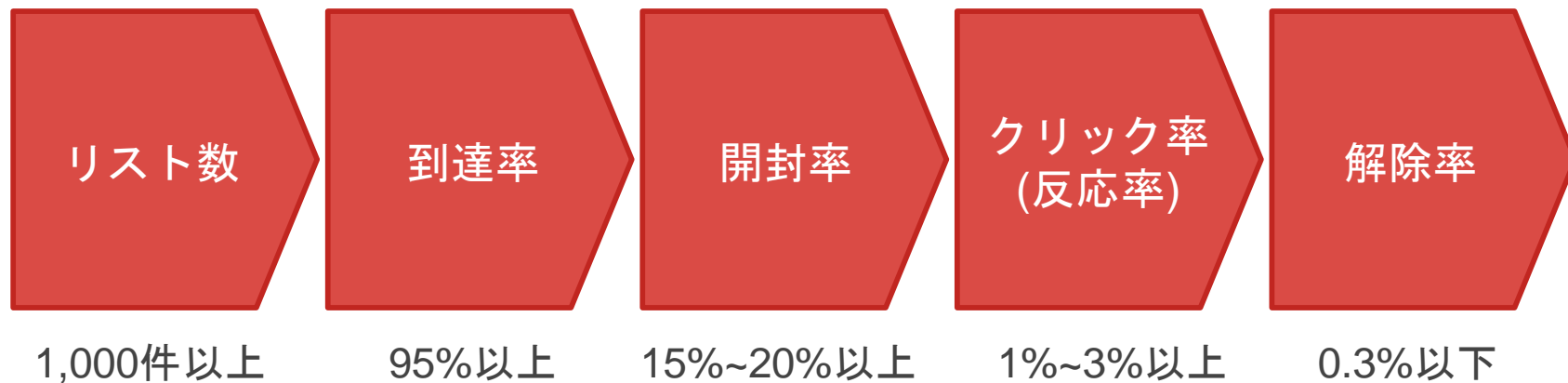
また、詳細のご説明についてZOOMでのご案内も行っております。
ご希望の日時を以下のURLからご選択下さい。

 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

効果測定で見るべきポイント



メール配信システムを使い、上記5つの指標を計測する

効果測定で見るとべきポイント

| 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つのメリットとは？

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！

次回セミナーのお知らせ

無料

blastmail

今からでも間に合う!!

録画配信

メールで年賀状を配信する方法と

メール配信の基本ノウハウ

株式会社ラクスライトクラウド
メールマーケティングコンサルタント
黒川 和樹



無料

blastmail

録画配信

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



チャット欄のリンクからお申込みをお願いします

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！

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



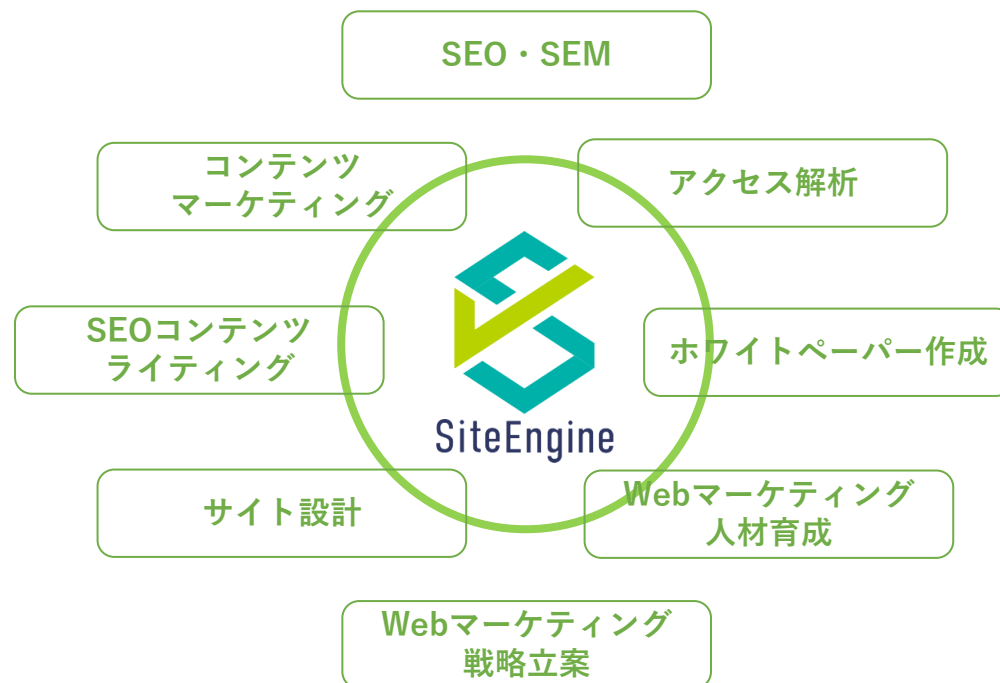
blastmail

※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

■ コンテンツを使ってWebサイトから
安定してリード獲得しよう！

14年にわたるWebマーケティングの経験から マーケティングの成果を最大化するお手伝いをいたします！

| | |
|-------|---|
| 社名 | サイトエンジン株式会社 |
| 所在地 | 〒101-0051 東京都千代田区神田神保町1-7-11 日本文芸社ビル6F |
| TEL | 03-4405-3993 |
| Email | info@siteengine.co.jp |
| Web | https://www.siteengine.co.jp/ |
| 設立 | 2008年8月4日 |
| 代表者 | 代表取締役 毛塚 智彦 |
| 資本金 | 5,000,000円 |
| 従業員数 | 18名 |



上質な記事コンテンツで Webサイトの売上アップ

13年運営

800社以上に導入

幅広い業界に対応

すべての原稿に最低4名が関与

サイトエンジンのWebライティングチームが
コンテンツ制作のお悩みを解決します。



01

集客やSEOを
成功させる記事企画



02

安心の
品質管理体制



03

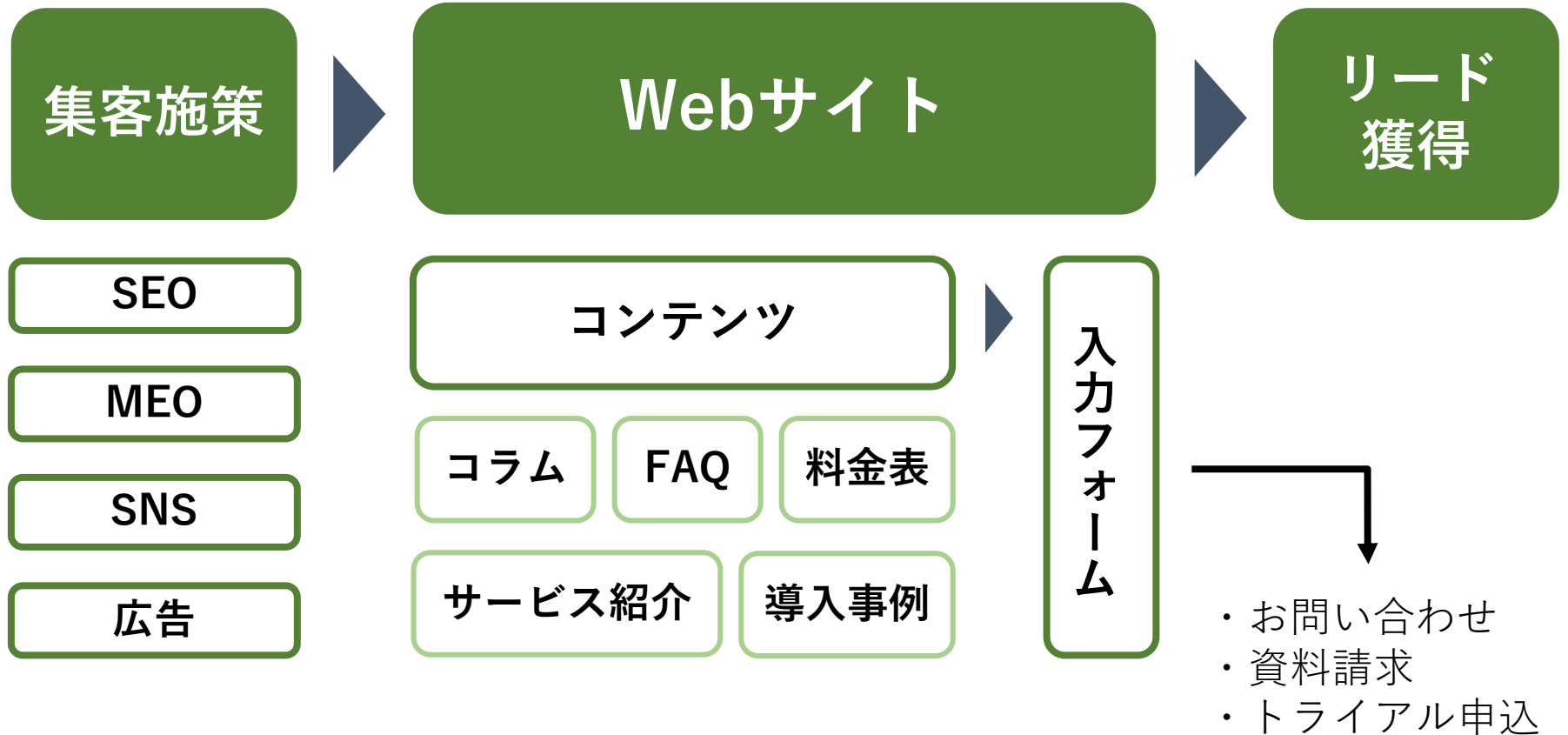
記事構成案を
執筆開始前に作成

| KEYWORD | 検索順位 |
|-----------------------|------|
| お風呂 リフォーム diy | 1位 |
| キッチン コンセント | 1位 |
| トイレ エアコン | 1位 |
| Office 365 Risk Check | 1位 |
| お風呂 タイル diy | 1位 |
| ドールハウス 大人 | 1位 |
| ミニチュア 料理 | 1位 |
| 労働基準監督署 申告 | 1位 |
| 労働基準監督署 有給消化 | 1位 |
| コロナ 給料カット | 1位 |
| 給与 未払い | 1位 |
| あんこ 糖質 | 1位 |
| メガネ 拭き 洗濯 | 1位 |
| メガネ 男子 | 1位 |
| メガネ かわいい | 1位 |
| 偏光機能レンズ | 1位 |
| パソコン修理 持ち込み おすすめ | 1位 |

1. 「Webサイトからリード獲得する」とは
2. リード獲得につながるコンテンツの作成方法
3. 継続して成果を出すためのコツ

1. 「Webサイトからリード獲得する」とは
2. リード獲得につながるコンテンツの作成方法
3. 継続して成果を出すためのコツ

リード獲得までの流れ

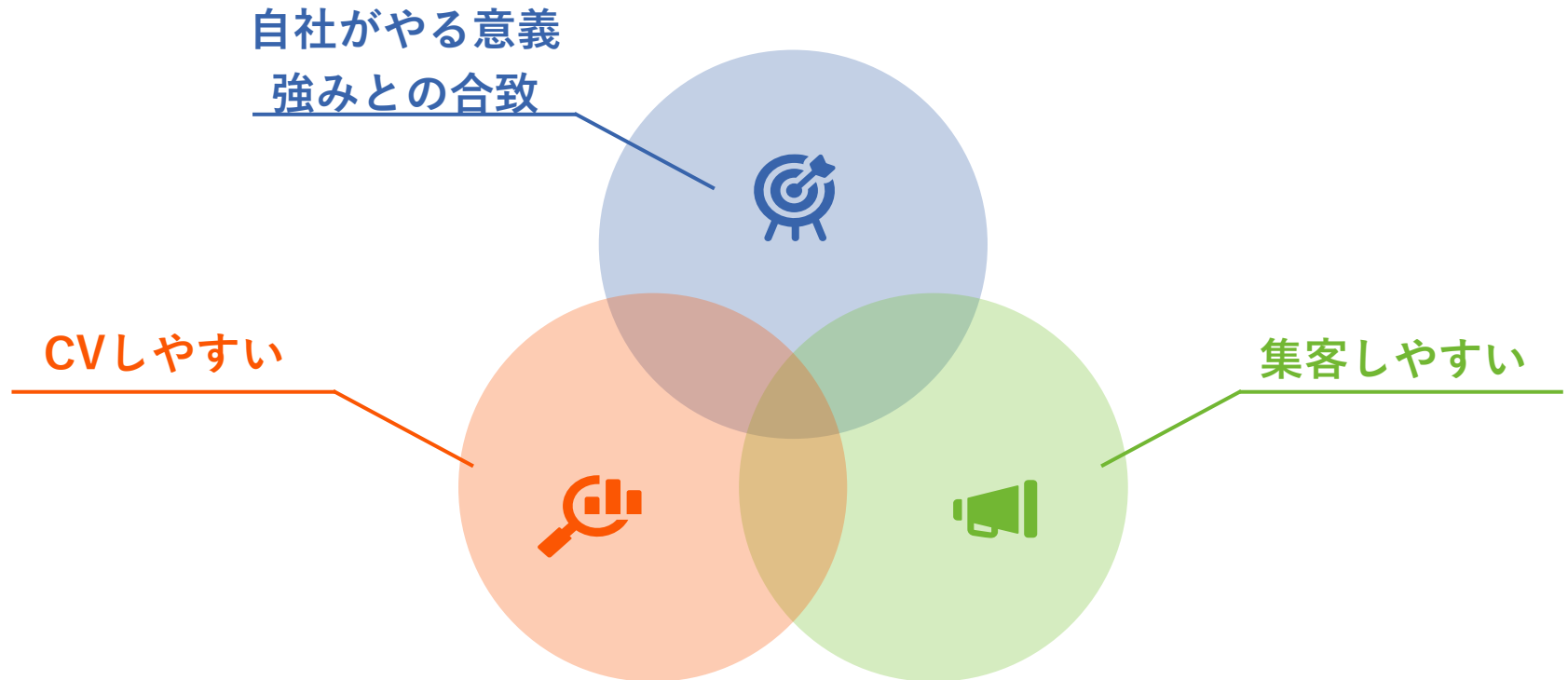


リード獲得までの流れ



1. 「Webサイトからリード獲得する」とは
2. **リード獲得につながるコンテンツの作成方法**
3. 継続して成果を出すためのコツ

まずは3つの軸でコンテンツテーマを考える



CV・集客しやすいコンテンツは競合他社も作成している。
差別化のためにまずは自社の強みと一致するコンテンツを作る

■ 自社がやる意義強みとの合致 = 自社にしか作れないコンテンツを作る 多くの企業に適用できるコンテンツ案

- 自社のサービスがどのような課題を解決するために採用されているのか
- 自社のサービスがどのように使われているか
- お客様からどのような要望や質問が営業やCSに届いているか
- お客様が自社のサービスを導入する前にはどのような方法でニーズを満たしていたのか
- お客様が採用している現状の方法にどんな問題があるのか
- お客様の感想や口コミ

自社にしか作れないコンテンツを作る お客様からよく聞かれることを書く

サイトエンジンへの質問例

1 記事あたりいくらくらいですか？

SEOコンテンツは何文字くらい書けばいいですか？

オウンドメディアはどれくらいのペースで更新すればいいですか？

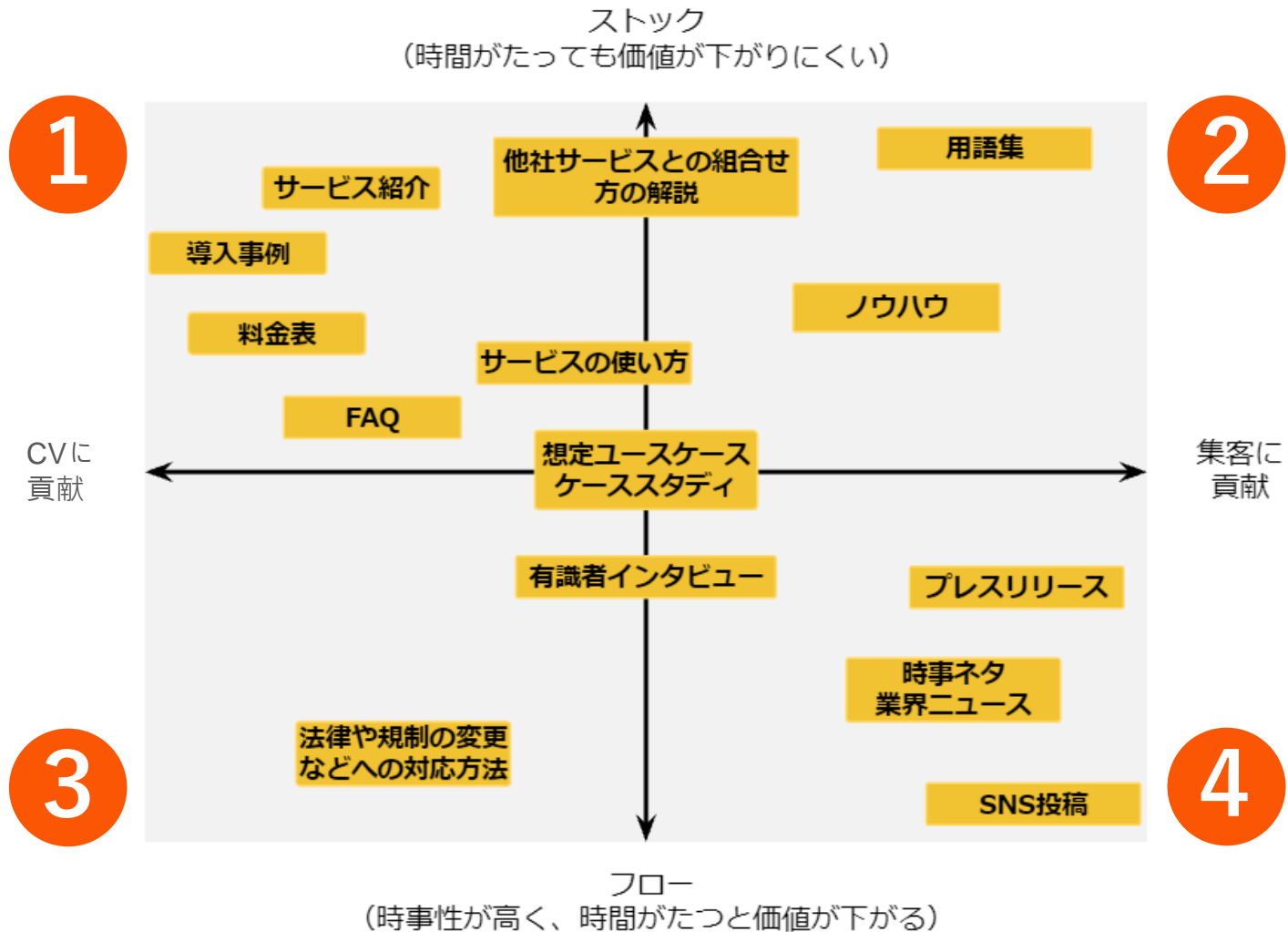
監修者は入れたほうがいいですか？

画像は入れたほうがいいですか？何枚入れるのがいいですか？

成果が出るまでにどれくらいの期間がかかりますか？



コンテンツごとの特徴を確認して、優先順位を考える



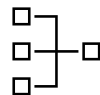
1. 「Webサイトからリード獲得する」とは
2. リード獲得につながるコンテンツの作成方法
3. **継続して成果を出すためのコツ**

■ 中長期のコンテンツマーケティングで重要なこと

1. 継続的なコンテンツの改善・投稿



2. コンテンツの横展開



継続的なコンテンツの改善・投稿



良くある失敗パターン

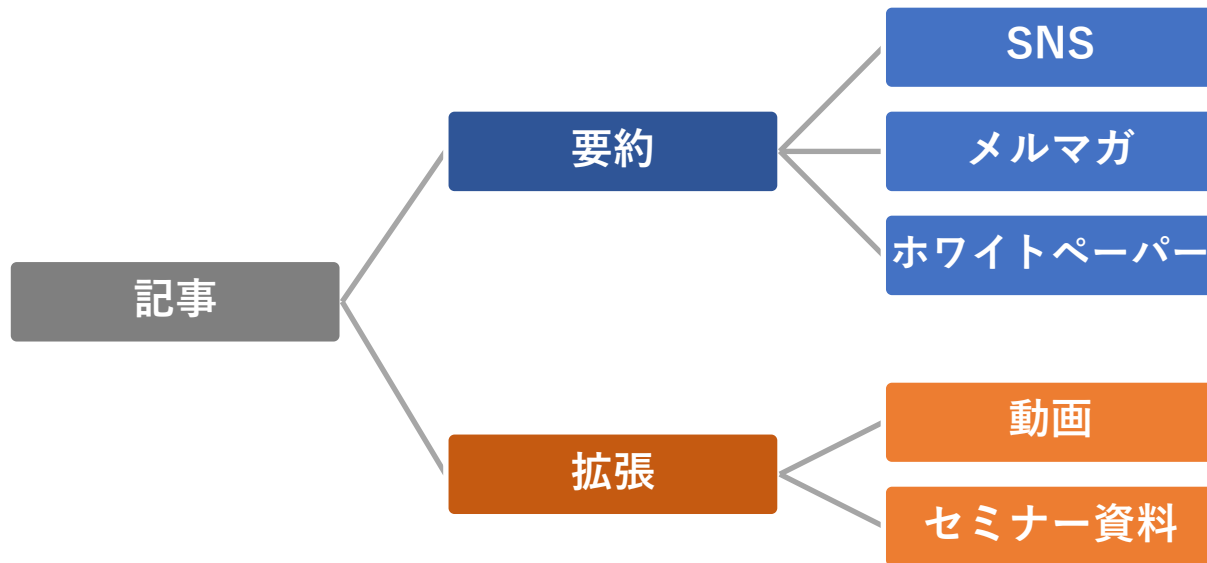


コンテンツを作成・投稿して満足してしまい、その後に改善をしない。

↑ 外部の会社にWebサイト・コンテンツ作成を完全に任せただけの場合に起きがち

コンテンツの横展開

様々な形でコンテンツを展開することで多くの方に情報を提供する



POINT 1 コンテンツを活用してWebサイトからお問い合わせを獲得しましょう

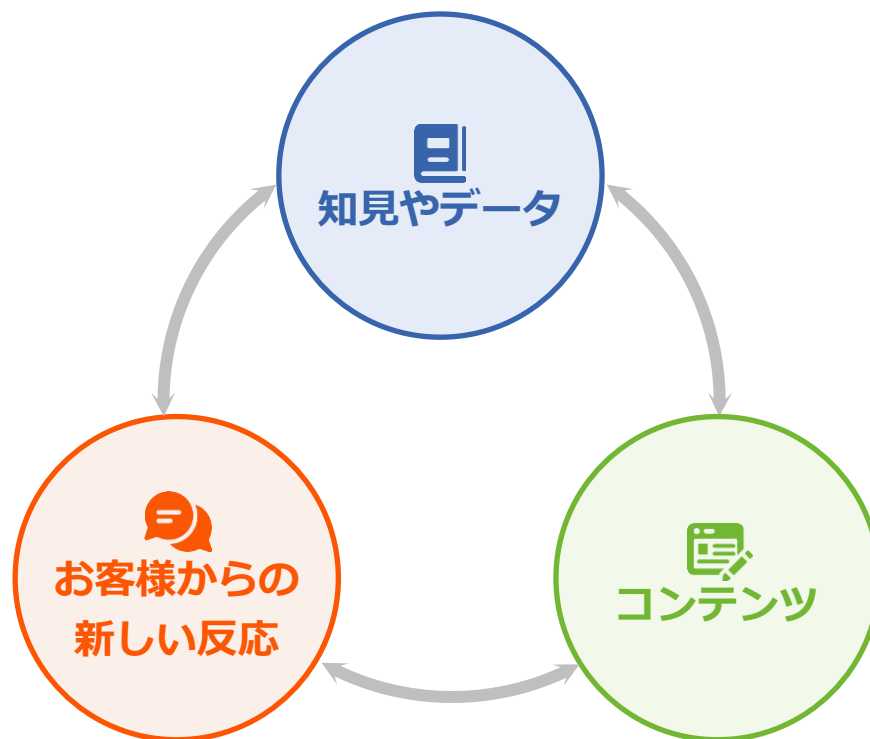
POINT 2 まずは自社の強みとなるコンテンツから作成していきましょう

POINT 3 成果を出すカギは継続的な投稿・改善と横展開

2分だけお付き合いください!

サービス・セミナー特典のご紹介

コンテンツは作って終わりではなく
常に改善を続けていく必要がある



■ 記事作成

ディレクター、ライター、校正者、監修者などのチームで品質の高い記事を作成します。データに基づいて書く内容を決めます。

<https://cakutama.com/>

■ 分析・サイト改善・記事リライト

アクセス解析のデータを分析して、サイトの改善や記事リライトを代行します。レポート提出だけでなく、実施まで担当します。

<https://www.siteengine.co.jp/contents-compass/>

■ 調査企画、内製化支援

オウンドメディア立ち上げ時の調査や戦略企画の策定や立ち上げ運営などを通じて、ノウハウをクライアントに移管することで内製化を支援します。

<https://www.siteengine.co.jp/ownedmedia/>

セミナーにご参加いただいた方限定

個別無料相談会を実施

データ解析、コンテンツ企画、コンテンツ作成、継続的なWebサイト運用など、小さな悩みから本格的なご相談まで！
セミナーにご参加いただいた方限定で受け付けております。
まずはアンケートからお申込みください。

※アンケートは第四部：Q&Aでご案内いたします

コンテンツマーケティングに関するセミナーを 平日毎日お届けしています

- 【結果を出すための近道】オウンドメディアの効果検証と目標設定の方法
- コンテンツマーケティングのキーワード選定と記事案の作り方【効率化の必須ツールも紹介】
- Googleアナリティクスを活用してCV数を増やす3つのステップ【マーケ担当者が知っておくべき分析手法】
- 【ゼロから全体像を知る】Webマーケティング初心者向けセミナー
- Webマーケティングを成功させるペルソナとカスタマージャーニーを作ろう！

コンテンツ制作のサービスサイト

<https://cakutama.com/>

記事制作、SEOコンテンツ添削、アクセス解析など、何かお手伝いできることがあればご連絡ください。

デジタルマーケティングに関する
有益な情報を配信しています。



<https://www.youtube.com/channel/UC1VVK45AQU0yf59rI7hGxYg>

 @siteengine