

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

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

 blastmail



株式会社クライド
セールスマーケティング部

東 愛央衣

 B-HACK



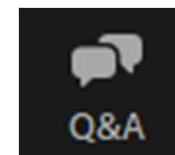
5/16^火

12:00~13:00

リード数2倍を実現した方法を完全公開!

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。)

セミナー内容

第1部 (12:05~12:30)

BtoB企業向け！Google広告でリード数2内を達成した方法

株式会社クライド | 東 愛央衣

第2部 (12:30~12:55)

BtoBメールマーケティングでの「ナーチャリング」成功の秘訣

株式会社ラクスライトクラウド | 黒川 和樹

第3部 (12:55~13:00)

質疑応答



BtoBメールマーケティングでの 「ナーチャリング」成功の秘訣

2023年5月16日(火)
黒川 和樹



株式会社ラクスライトクラウド
イベントマーケティング 責任者
黒川 和樹

人材業界で営業を4年経験

累計500社の採用を支援

ラクス 入社

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



ITサービスで企業の成長を
継続的に支援します



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

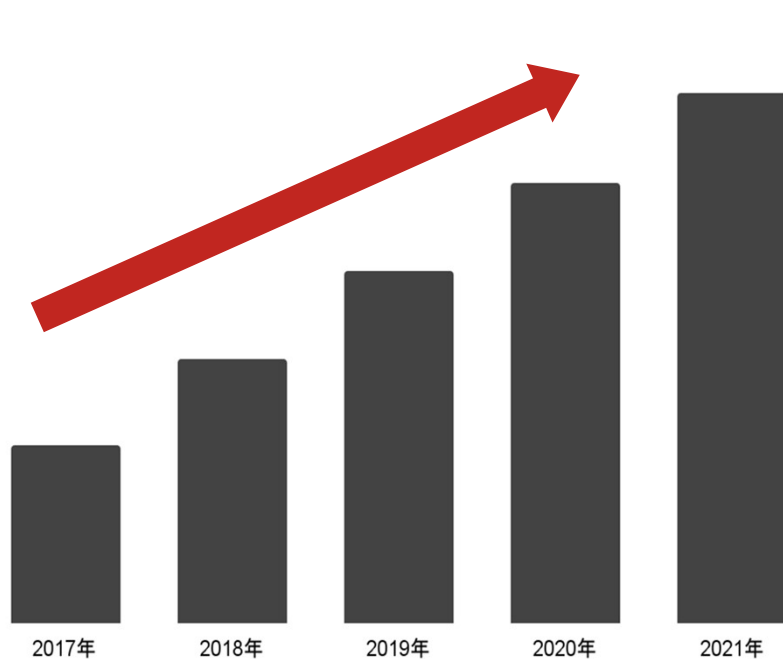
CHAPTER 3

メール配信で
成果をあげる秘訣

CHAPTER 1

今”メール配信”が
注目されている理由

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.

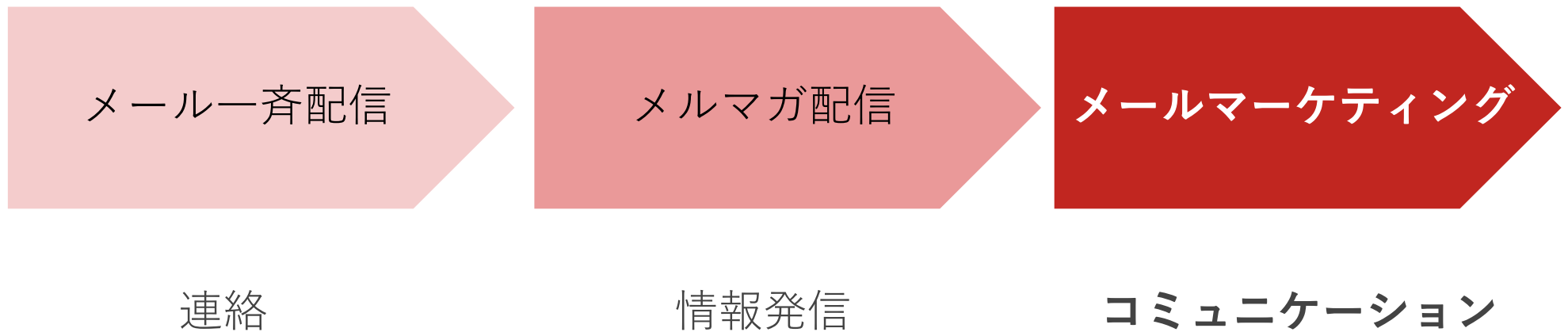
メール配信の市場規模は
毎年10%以上伸び続けている

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

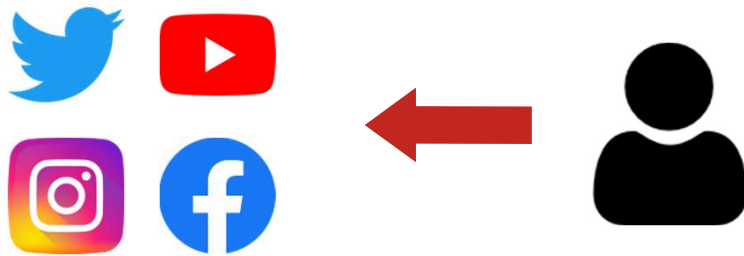
現代においても「メール」は欠かせないビジネスツール

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

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

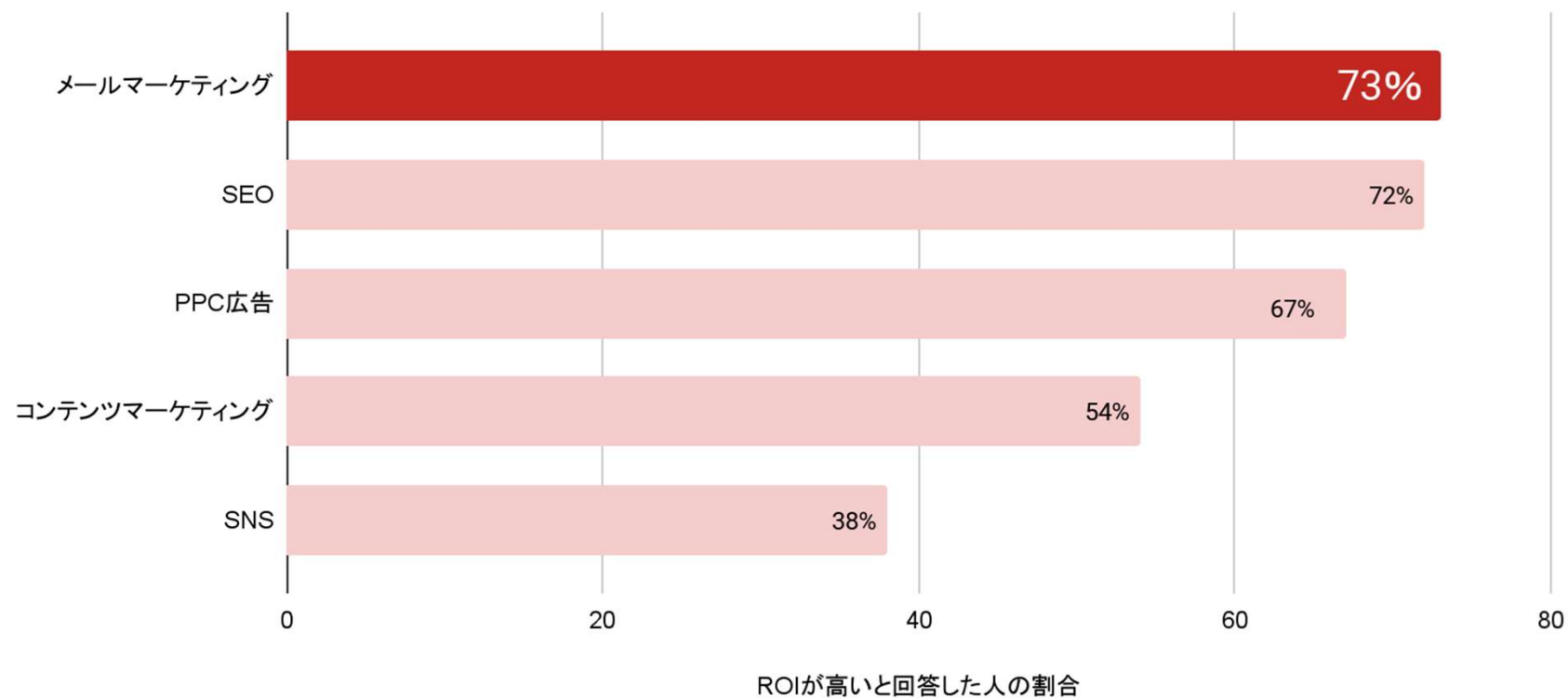


メルマガはPUSH型

- ・ 「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！

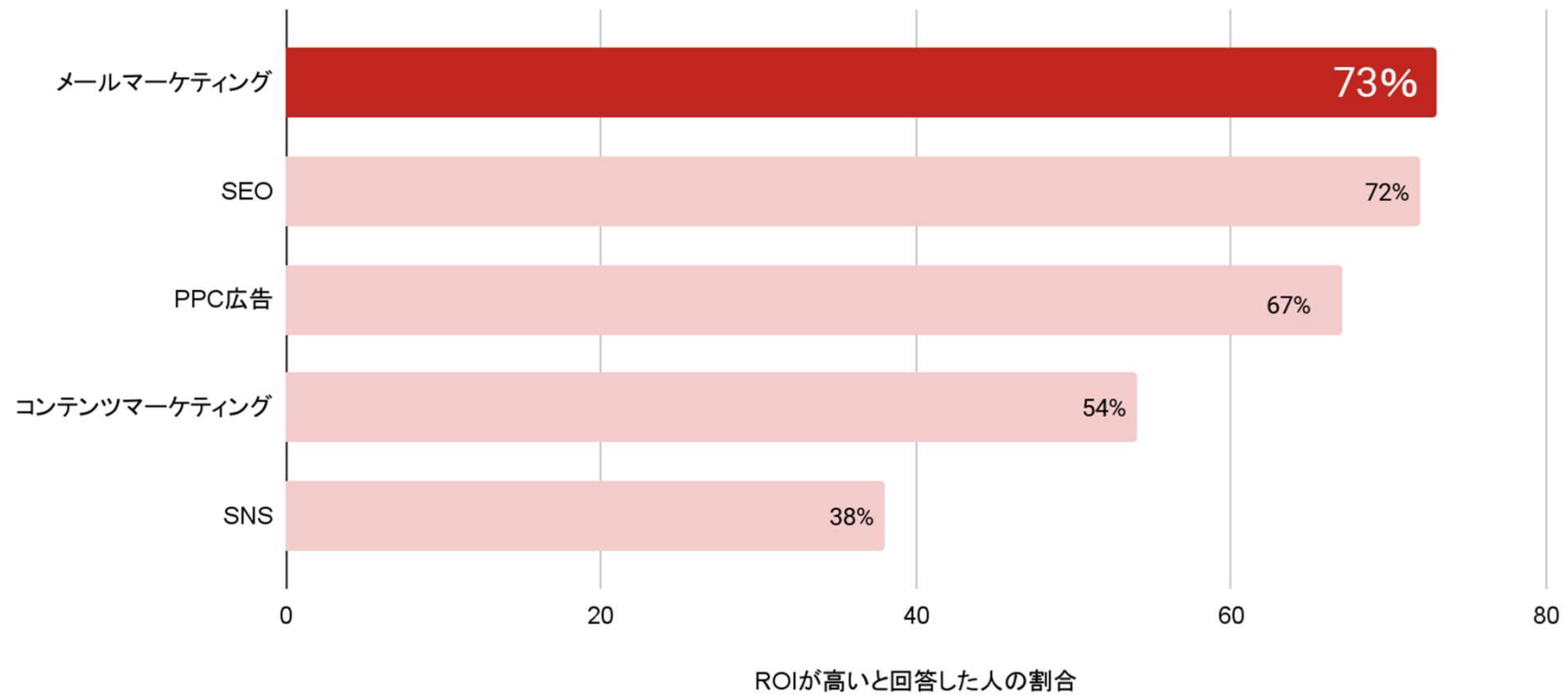
メルマガは誰もがまず始めに取り組むべき施策

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



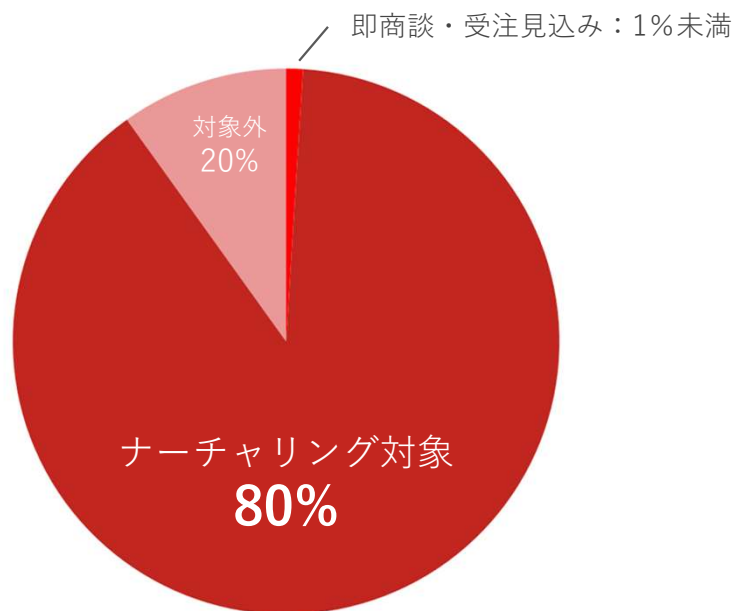
メールマーケティングはROI(投資収益率)が最も高い施策である

※2019 Email Marketing Industry Censusより抜粋して引用

CHAPTER2

メルマガを活用した 顧客育成の方法

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

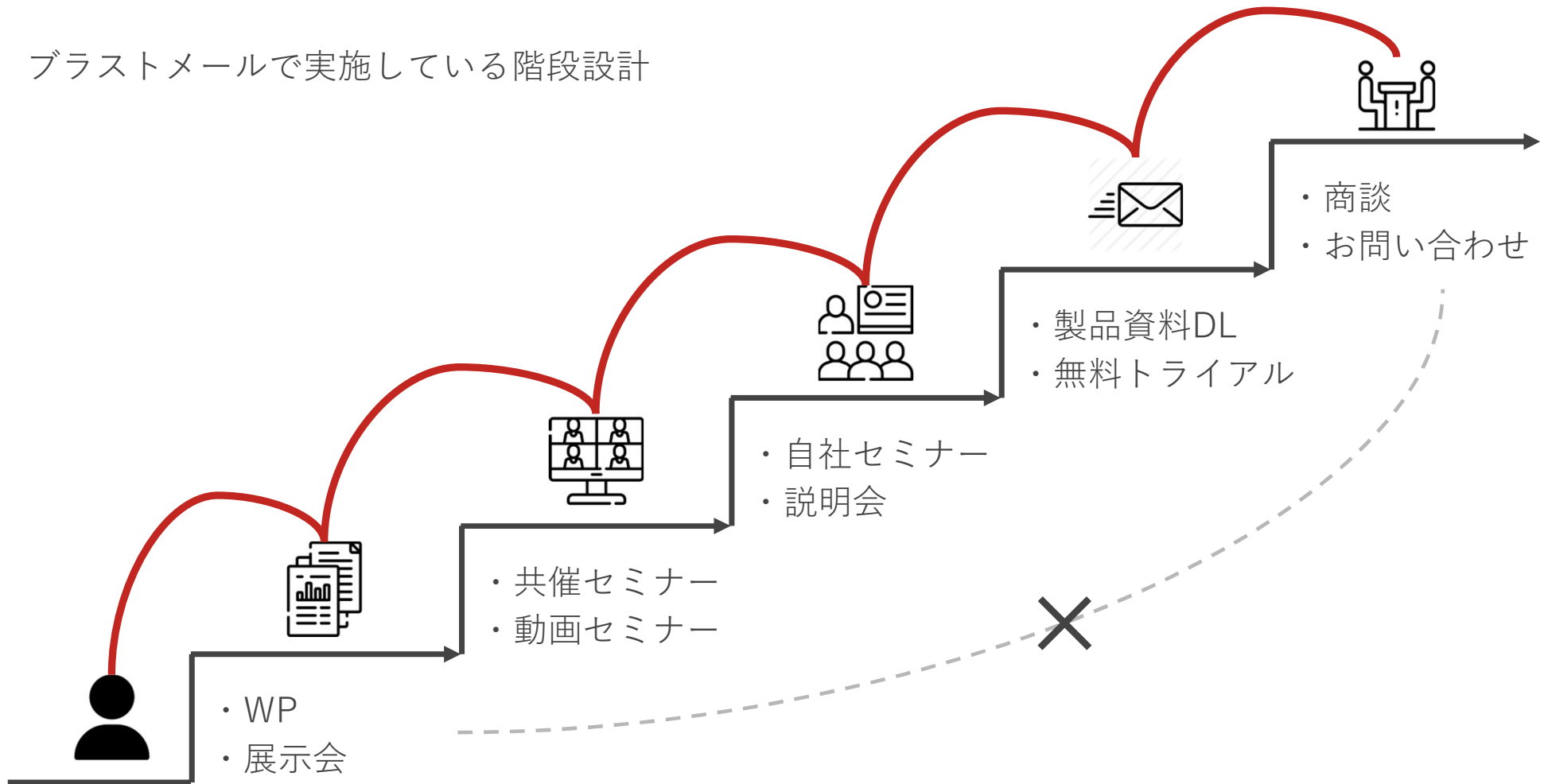
リードに対して、企業からコミュニケーションをする必要がある

ナーチャリングは長期的な関係性の構築が重要！

※本ページは(株)イノーバ「MAを導入しただけではナーチャリングはできない?! コンテンツを活用してナーチャリングする方法」をもとにラクスライトクラウド社が編集

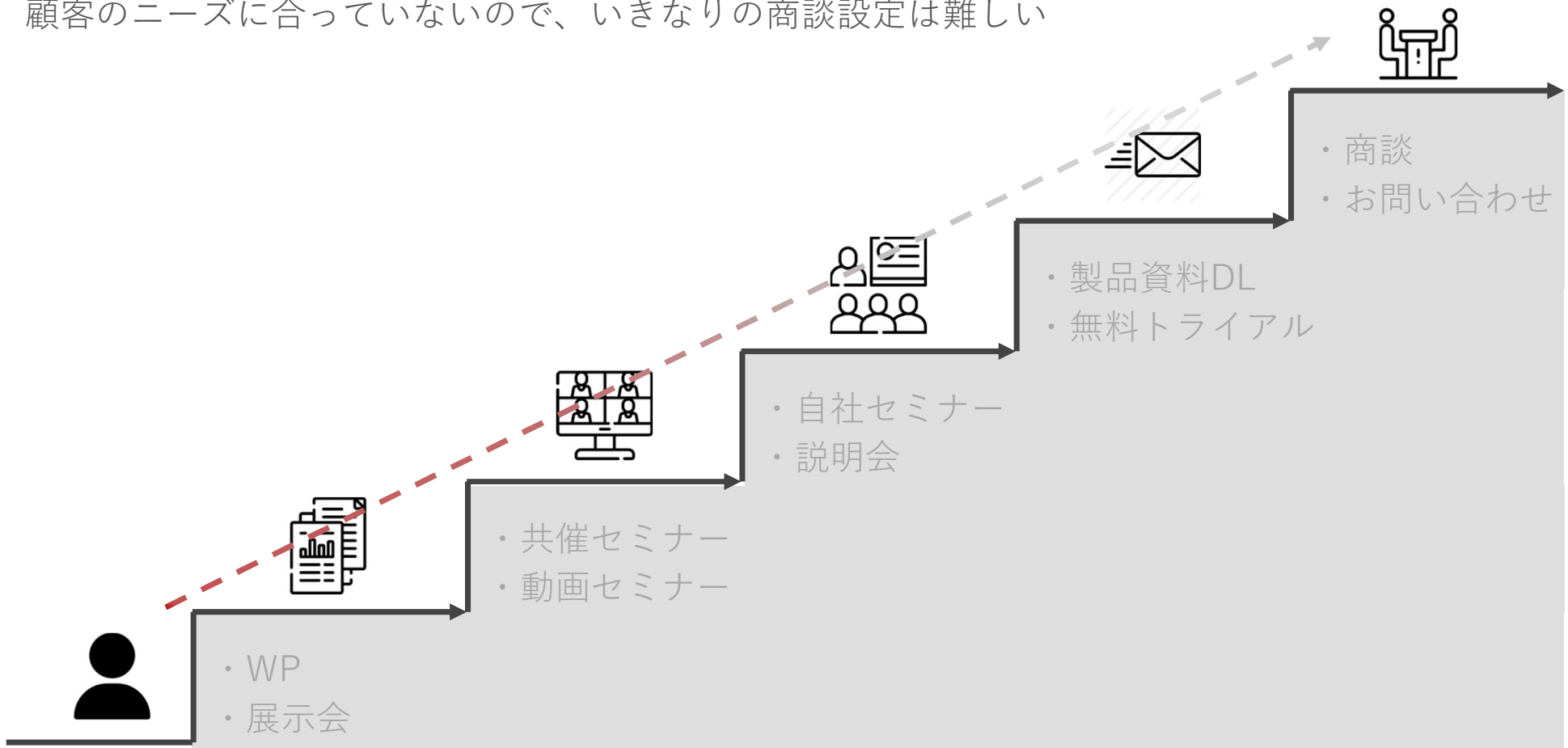
ナーチャリングは購買フェーズを1ステップだけ進めることを意識する

ブラストメールで実施している階段設計



購買フェーズをスキップしてしまうと、、、

顧客のニーズに合っていないので、いきなりの商談設定は難しい



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



誰に対して何を送るかが重要！メルマガはあくまで手段

HTMLメール

▼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

B-HACK
株式会社クライド
セールスマーケティング部
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ーケ

HTMLメール作成エディタを利用することで解決可能！

HTMLメール

▼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！

CHAPTER3

メール配信で 成果をあげる秘訣

メルマガの配信曜日（toBの場合）

曜日	開封率	反応率	CV率
月	23.6%	2.3%	1.1%
★ 火	28.5%	3.4%	2.1%
★ 水	28.4%	2.9%	2.4%
木	27.1%	3.1%	1.9%
金	26.6%	2.7%	1.5%

火曜・水曜がベスト！月曜だけは絶対に避けるべし

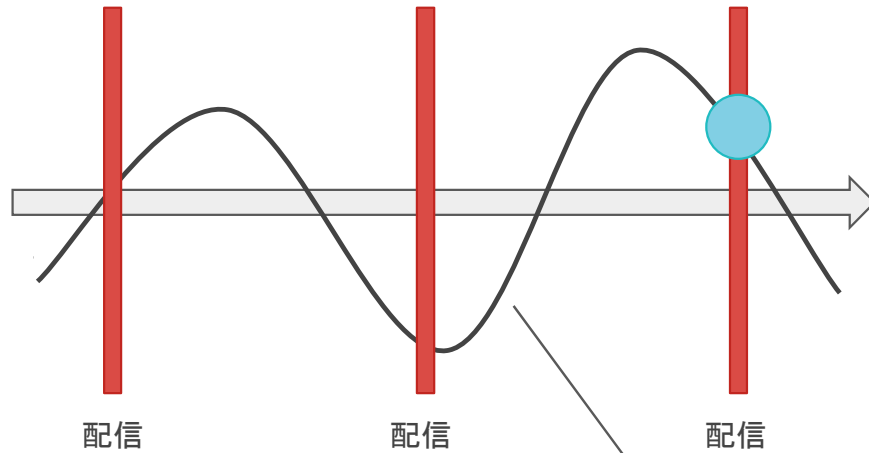
メルマガの配信曜日（toBの場合）

曜日	開封率	反応率	CV率
8:00	29.3%	1.1%	0.9%
★ 11:00	28.5%	4.2%	3.1%
13:00	27.7%	3.3%	2.9%
15:00	26.1%	3.4%	2.1%
17:00	24.6%	2.9%	2.7%

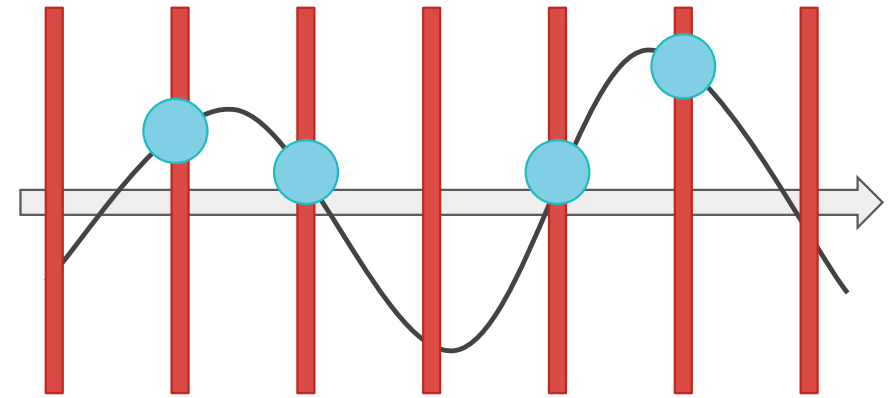
11:00頃がベスト！朝・夕方は避けた方が良さそう

メルマガの配信頻度

月1回のメール配信



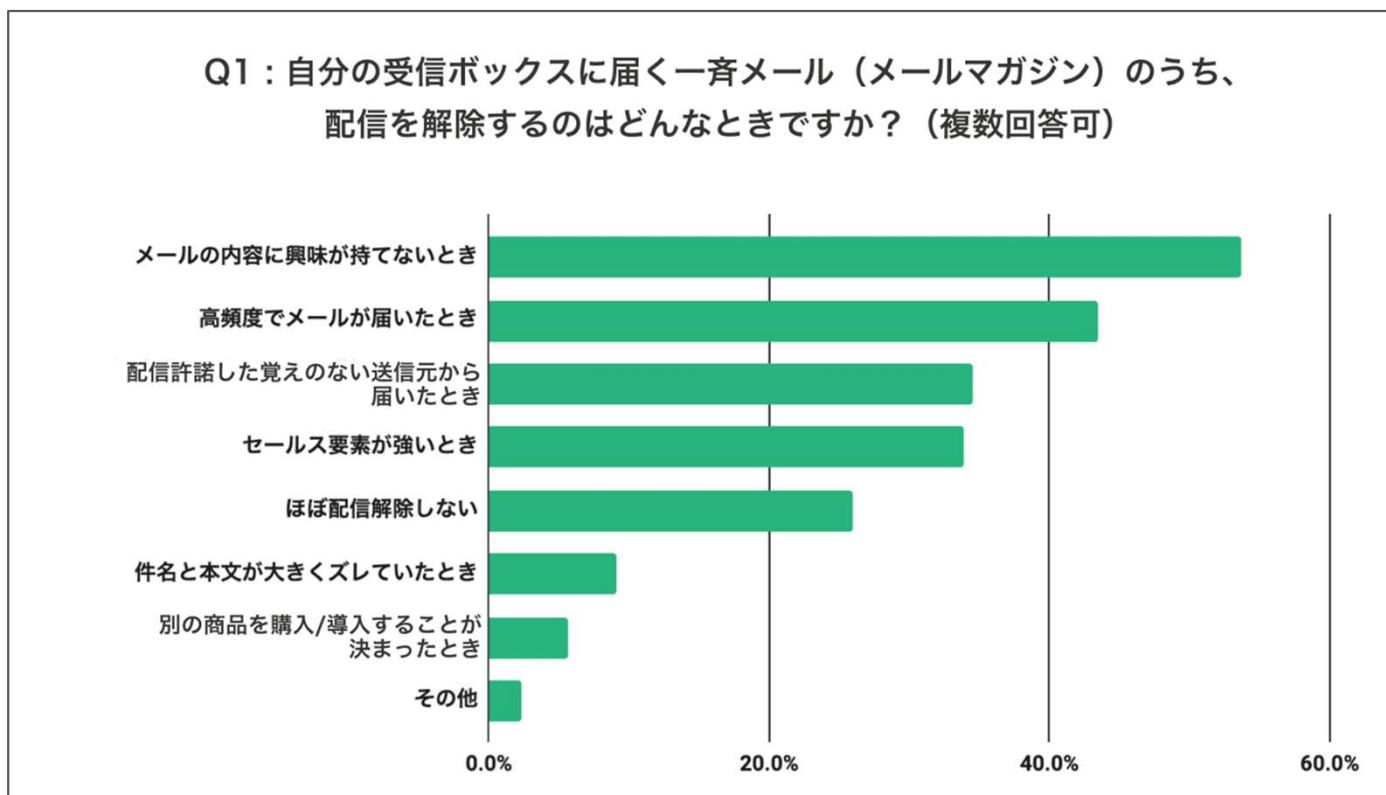
週1回のメール配信



顧客の購買・検討意欲がいつも高いとは限らない


メルマガは週1回以上配信すべき！

配信解除率を下げるにはメールの配信回数よりも「内容」を重視する



必要な情報や好きなサービスの情報であれば高頻度であっても配信解除されない

ファーストビューにCTAを入れる

 blastmail

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識した件名（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：3.2%

 blastmail

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。

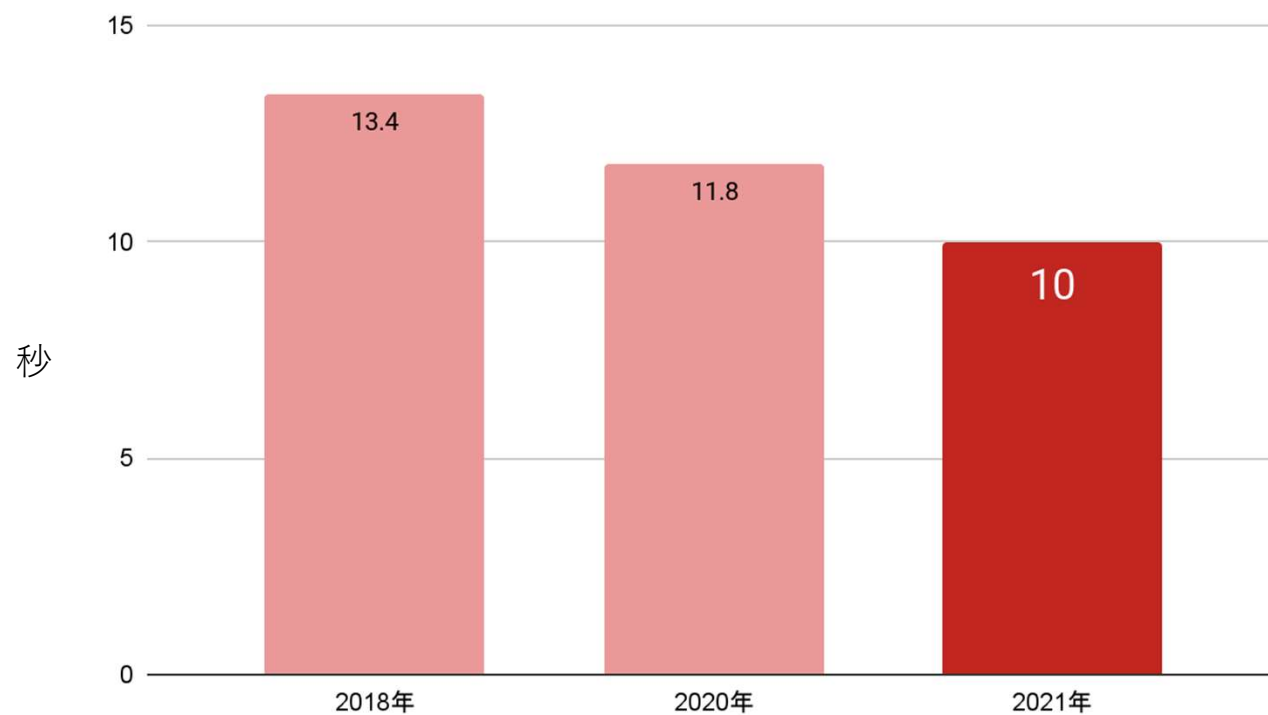
休眠顧客は新規顧客を開拓するより低コストでコンバージョン（商品の購買やサービスの申込みなど）を獲得しやすいため、優先してアプローチをすべきです。

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：5.3%

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 皓平 | 株式会社ラクスライトクラウド 森神 佑希

【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）を意識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/webinar/register/6416466426350/WN_24wx7ZXITlutTmDiB8UEmA

✕ 反応率：3.4%



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 皓平 | 株式会社ラクスライトクラウド 森神 佑希

【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）を意識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：4.1%



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 皓平 | 株式会社ラクスライトクラウド 森神 佑希

【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）を意識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

詳細をみる >

○ 反応率：5.3%

1メールにつき1コンテンツに絞る

A



＼お申し込み後すぐにご視聴いただけます！

動画を視聴する

メルマガ配信の悩みの1つでもある
コンテンツのネタ切れ、、、
その悩みを解消する方法をご紹介します！

セミナータイトル

リード数獲得6倍！効果的なBtoBメルマガ配信の作り方



B



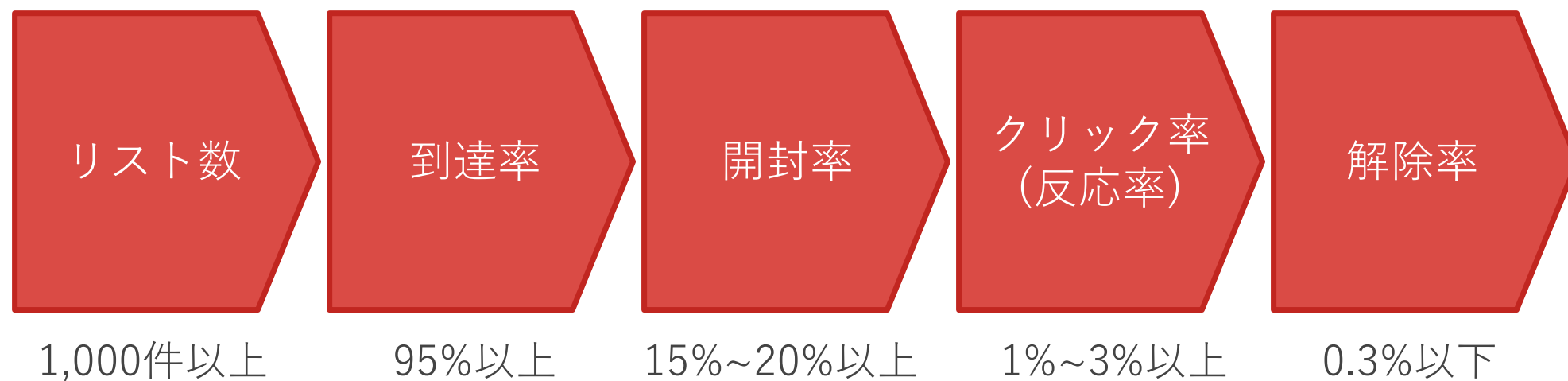
VS



	A	B
クリック数	384	153
反応率	5.2%	2.4%
申込数	25件	10件

複数のコンテンツを訴求したい場合は配信を分ける

効果測定で見るべきポイント

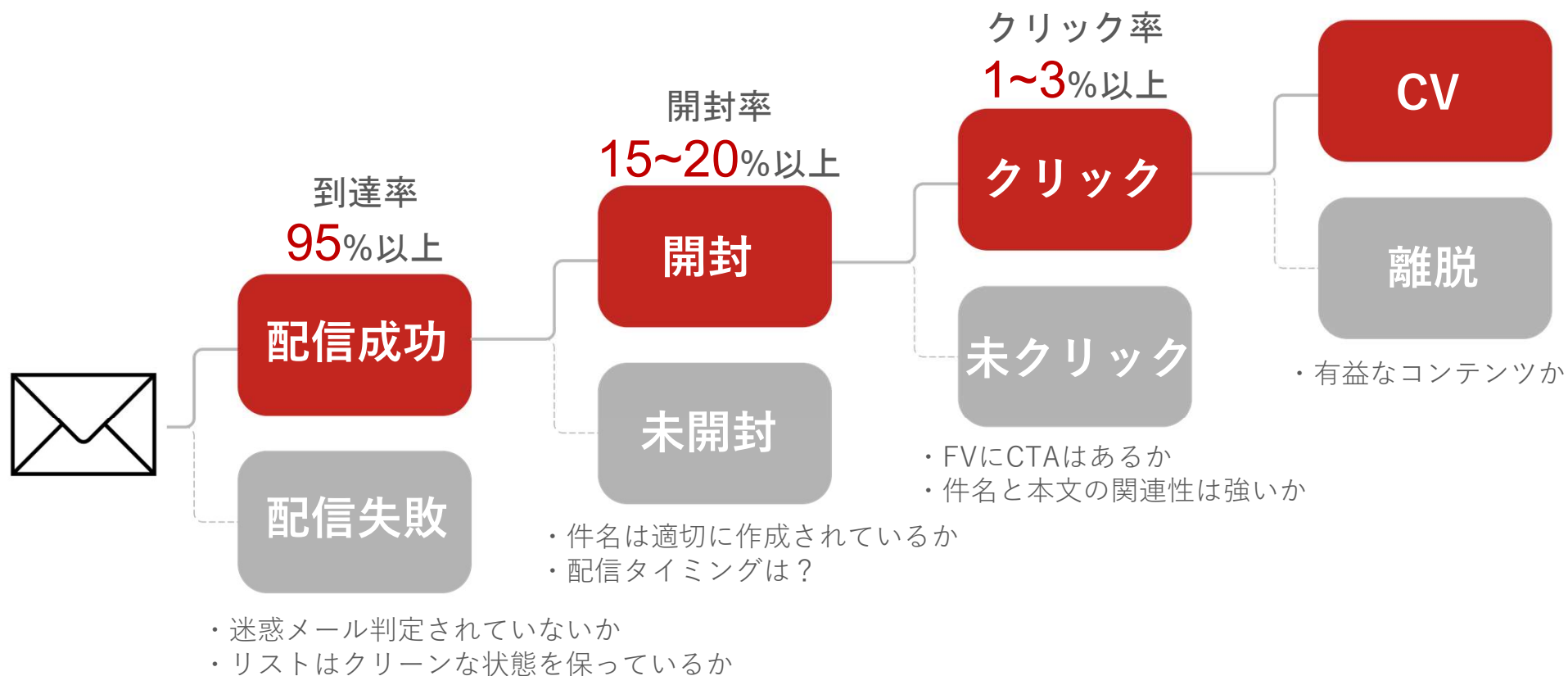


メールマーケティングで重要な5つの指標を計測する

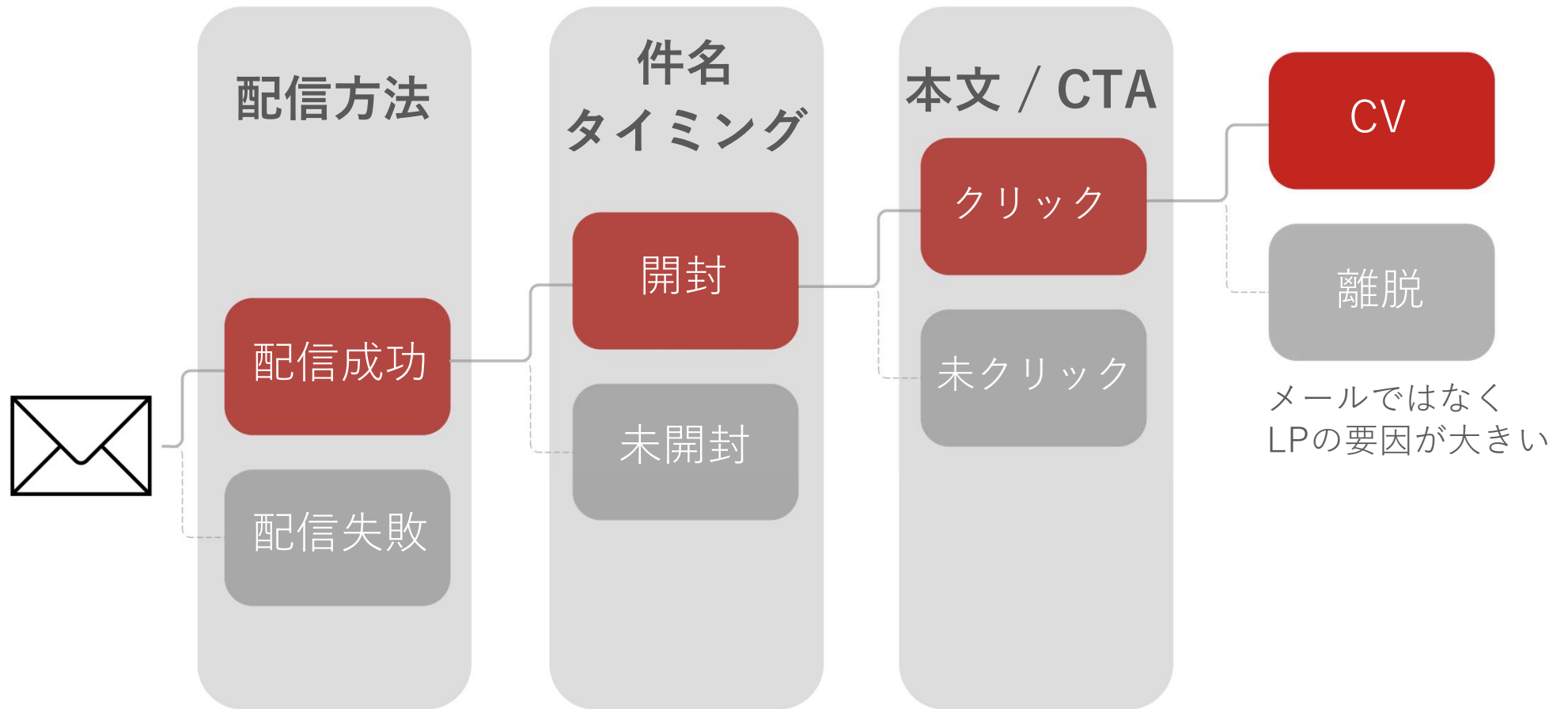
効果測定で見るとべきポイント

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

各指標の基準を対策するポイント



各指標の基準を対策するポイント



効果測定時の注意点

- ① 定期的に振り返りの時間を設ける
- ② 1通の結果に一喜一憂しない
- ③ 定量的な目標を設定する

定期的に振り返りの時間を設ける



週1回、もしくは月1~2回が目安

配信してから2.3日経過しないと数値にばらつきがある

振り返りの分析結果をすぐに検証してみる

効果測定時の注意点

1通の結果に一喜一憂しない



良い結果も悪い結果も「たまたま」ということも多い

試している施策については3回以上は配信するのがおすすめ

配信時間や曜日、配信グループなど様々な角度で検証する

定量的な目標を設定する



具体的な数値を設定することで目標が明確になる

未達成でも目標との差分が分かりやすい

定性目標：開封率を今までよりも上げよう！

(間違っていないが具体性がない、、、)

定量目標：開封率を今までよりも **3%** 上げよう！

最後に、、、

「メール配信システム」のメリットとは？

費用対効果が高い



効果が出やすい



すぐに始められる



メルマガは誰でも手軽に始めることができるからこそ…

始めるかどうかで大きな差が生まれてしまう

11年連続顧客導入シェアNo.1_ブラストメール

※価格は全て税抜きです

Lightプラン

手軽にメール配信をはじめたい方向け

基本機能のみの
シンプルプラン

- ✓ 基本機能 (メール作成 / 配信 / 読者管理...)
- 迷惑メール対策機能
- 5万アドレス以上の大規模配信
- リストクリーニング

無料お試し

月額 3,000円 ~
初期費用 10,000円 (1年契約で半額)

料金表 ▼

おすすめ

Standardプラン

メールをより確実に届けたい方向け

迷惑メール対策機能付きの
標準プラン

- ✓ 基本機能 (メール作成 / 配信 / 読者管理...)
- ✓ 迷惑メール対策機能
- 5万アドレス以上の大規模配信
- リストクリーニング

無料お試し

月額 6,000円 ~
初期費用 10,000円 (1年契約で半額)

料金表 ▼

大規模配信ならこちら

Proプラン

5万アドレス以上の大規模配信向け

配信規模に応じたカスタマイズが可能な
大規模プラン

- ✓ 基本機能 (メール作成 / 配信 / 読者管理...)
- ✓ 迷惑メール対策機能
- ✓ 5万アドレス以上の大規模配信
- ✓ リストクリーニング

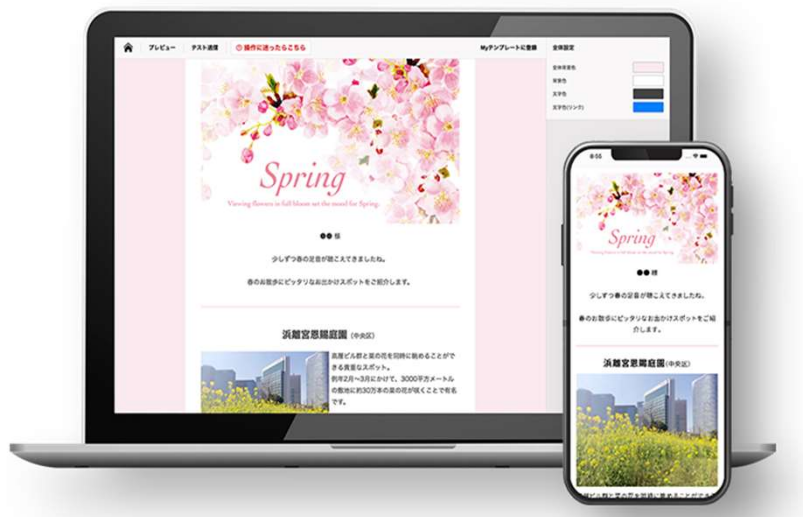
無料お試し

月額 30,000円 ~
初期費用 50,000円

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！

次回セミナーのお知らせ

無料
オンライン
セミナー

bn 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



5/18(木)
13:00~14:30

無料
オンライン
セミナー

bn 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
メールマーケティングコンサルタント
黒川 和樹



5/23(火)
11:00~12:00

チャット欄のリンクからお申込みをお願いします

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は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