

はじめてのメールマーケティングで つまづかないためのQ&A



株式会社コンビーズ

目次

- はじめてメールマーケティングを行うことになったご担当の方へ
- メールマーケティングの流れ
- メールマーケティングを企画する
 - 何から始めればいいのか？
- 読者を集める
 - 読者がいないのですが…
 - リストはあるけれど…
- 配信する
 - 読まれるメールを執筆するコツは？
- 効果を測る・メンテナンスする
 - 配信の効果を知りたい
 - 効果もわかったことだし、これで万事OK？
- 会社概要

はじめてメールマーケティングを行うことになったご担当の方へ

このたびはコンビーズのメール配信サービスへお申し込みいただきありがとうございます。
早速ですが、みなさんはメールマーケティングに対して、どのようなイメージをお持ちですか？

- メルマガを配信すること
- メールで販促すること
- メールでお店のファンを増やすこと
- …etc.

マーケティングも使う人によって意味合いが異なる言葉ですが、コンビーズは
「売上を上げる（非営利組織にとっては社会貢献等の活動を成功させる）ための仕組み」
だと考えます。

仕組みを作るには、**情報収集**をし、**分析**を行い、分析に応じた**企画**や**計画**を立て、
お客様に向けて**情報発信**し…などなど、たくさんのステップが必要です。

これらの内、特にメールが力を発揮するのは**情報収集**、**情報発信**のステップ。
アンケートへ誘導してお客様の声を集めたり、自社のことをお客様に伝えたり、
従来のDMやマスメディアに比べてもっとも手軽に、コストパフォーマンスよく
行える手段がメールです。

是非、仕組み作りの一環に、メール配信をお役立てください。
みなさんのメールマーケティングがスムーズに進むお手伝いできれば幸いです。



メールマーケティングの流れ

企画する

- メールコンセプトを設定する
 - 配信の目的を明確にする
 - 誰に対しての配信か決める
 - どんな内容を送るか方向性を定める

読者を集める

- 登録・解除の仕組みを設置する
- 既存の読者リストを一括登録する

配信する

- 件名を工夫する
- 本文を作成する
- テンプレートを決める

効果を見る ・ メンテナンス する

- メールへの反応を測る
- リストを最新の状態に保つ

メールマーケティングは、左の4つの構成で行うのが王道の流れです。

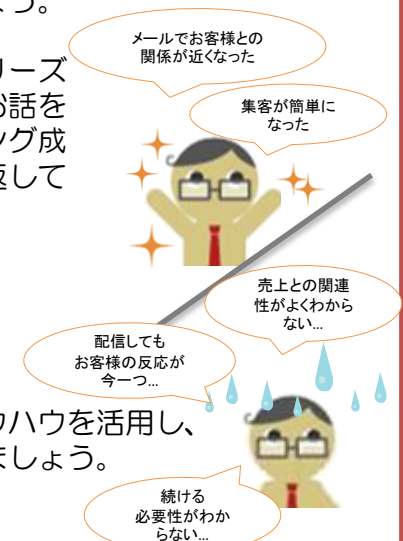
ひと通り各ステップを終えたら、企画時のコンセプトに沿った効果が得られているか確認し、配信内容や読者の集め方をブラッシュアップしていきましょう。

これまでにコンビーズメールシリーズご利用の皆さまから伺ってきたお話を集約すると、メールマーケティング成功の分かれ道はこの流れを繰り返しているかどうかにあります。

王道に勝る霸道なし。

コンビーズメールシリーズのノウハウを活用し、滑り出しの良いスタートを切りましょう。

それでは次頁より、各項目をそれぞれ具体的にご案内します。



メールマーケティングを企画する

Q. 何から始めればいいのか？



さあ、始めるぞ！…と意気込んだものの、どこから手をつけよう？
とりあえずメールを書いてみようかな？

まずは配信するメールのコンセプトを設定しましょう。



コンセプト？メールを配信するだけなのに大げさな気が…

コンセプトを設定すると、下のようなメリットがありますよ♪
3つのポイントを押さえるだけの簡単なものでよいので、気軽な気持ちで考えてみましょう。



A. まずはコンセプトの設定から始めましょう。

コンセプト設定のメリット

- 目的が明確になるので長く続けられる
- 誰に対してどのような案内を送るのか事前に告知できるため、読者を集めやすい
- 執筆する内容を迷わなくなり、効率が良くなる

コンセプトを設定するための3つのポイント

コンセプト・・・ここではメール配信の基本的な方向性を決めておくこととして扱っています。

3つのポイントは次の通り。

- 目的を明確にする
- 誰に対しての配信か
- どのような案内を送るか



それぞれを設定することで、メール配信を通して何を叶えようとしているのか、そのために何を発信すべきなのかが定まるため、執筆の時間短縮になったり、送られる読者にとって齟齬がなく安心感のあるメールになります。

【具体例】（空欄を埋め、デスク周りに貼り付けるなどご自由にお使いください）

----- キリトリ -----

目的	誰に（対象）	案内内容
記載してみてください	記載してみてください	記載してみてください
例1) リピーター獲得のため	購買経験のあるお客様	<ul style="list-style-type: none"> • 購買経験のある方限定のクーポン案内 • お店に行きたいと思ってもらえるイベント情報
例2) 新商品のモニター集めなど、市場調査のため	<ul style="list-style-type: none"> • 自社と取引のある担当者の方 • 自社のお客様で、新商品のターゲットになる方 	<ul style="list-style-type: none"> • モニター情報の案内 • 使用感をヒアリングするための定期的なアンケートメール

読者を集める

Q. 読者がいないのですが…



読者がゼロなのですが、
どうやって集めればいい
の？

読者登録、解除の仕組み
を設置しましょう



A. 読者数ゼロの場合、読者登録、解除の
仕組みを作るところからスタートです。

Q. リストはあるけれど…



いきなり送っても大丈夫？
過去のアドレスもあるのだけ
れど…

最初に注意文を入れて、配
信の同意を取るようにしましょう。



A. 取引関係にある方への季節の挨拶メー
ルのような配信を除き、継続的に一斉メール
を送る場合は必ず配信の同意を取りましょ
う。

読者登録、解除の仕組みを設置する

読者登録、解除の仕組みには主に次の方法があります。



ホームページ
から登録、解
除フォームへ
誘導する



購入時、ポイン
トカード作成と
ともに



テーブルのPOP、
ショップカード
記載の空メール
アドレス・QR
コードで（※1）



イベントでの来
場者アンケート
と同時に

配信の目的、対象
に沿って集め方を
検討しましょう。

登録時に必ず配信への同意を促す文章やチェック欄を設けましょう。

すでに集めたリストへ配信する場合



名刺交換を
した方



長年蓄積し
てきた顧客
のリスト

これらのリストへ配信する場合、
右にあるチェック表で確認しましょ
う。
1点でも当てはまる場合、初回の配信時に同意を
取ったり、本文に解除方法を明記したり、読者の
意思表示が得られる案内を入れましょ
う（※2）。

※1 空メール、QRコードはコンピーズメールプラスでご利用いただける機能です。
QRコードは株式会社デンソーウェブの登録商標です。

※2 例外的に同意なく配信できる場合もありますが、最初に配信の許可を
取っておく方が好印象です。

【チェックリスト】

- 過去に配信の同意を得ていない
- 同意は得ているが、リスト収集から配信せずに半年以上経っている
（同意したことを忘れていている可能性が高い）
- 送信予定の内容がリストの対象とかけ離れている
（自社の別ブランドの案内を送るなど）

配信する

Q.読まれるメールを執筆するコツは？



折角のメール、たくさんの人に読んでもらいたい！でも他のメールで埋もれてしまいそう…

読まれるメールには、件名、本文に工夫があるんですよ。



本当!?ただ、毎回一から考えるのも大変そう。他の仕事もあるしなあ

大丈夫！テンプレートを決めておくことで時間短縮できます。



A. メールを読んでもらうために、安心感を持ってもらえ、興味を引き付ける件名、本文を作成しましょう。

件名にひと工夫

店名や団体名、メルマガのタイトルを入れ、誰からのメールか一目でわかる情報を。読者に安心感を与え、開封につながります。差出人名も一定にしましょう。注意を喚起するコピーで、さらに読者を惹きつけて。

- お得感でアピール
 - 本日ポイント5倍！～
 - 30%OFF～
- 限定感を伝える
 - 見逃さない！～
 - 急いで！～
- 共感を生むワードを入れて
 - 今さら聞けない～
 - 夏バテママにうれしい～

差出人: イタリアンcombz
件名: 【新通信】見逃さない! 大好評ランチメニュー★

山田さま

こんにちは! いつもご利用ありがとうございます!
イタリアンcombz 店長の鈴木です。

暑い日が続きますが山田さまはいかがお過ごしですか??
Combzでは暑い夏にぴったりの
週替わりランチを用意しました!!

—目次—
◆今週の週替わりランチメニュー
◆イタリアの台所から
◆店長のひとりごと

【今週の週替わりランチメニュー】
 夏野菜の冷製パスタ～サワークリーム仕立て～

セット内容

～～～(中略)～～～

【店長のひとりごと】

◇イタリアンcombz◇
店長 鈴木
〒000-0000
大阪市北区堂島浜0-0-0
TEL: 06-1111-1111
Mail: combz@***.jp
ご予約はお電話で承っています。
メール配信停止はこちらより手続きをお願いします。
→http://*****

本文にひと工夫

一文の文量を短く、適度に改行を。段落をわけて、漢字の比率を下げると見やすくなります。読者の名前を入れると親近感のあるメールに。

必要な情報はもらさず

広告宣伝メールを送信の際は、特定電子メール法に基づき次の情報を記載するようにしましょう。

- 送信者の氏名
- 受信拒否の方法
- 受信拒否の通知を受けるためのメールアドレス、またはURL
- 送信者の住所
- 苦情、問い合わせなどを受け付けることができる連絡先

テンプレート化

ヘッダやフッタ、見出しの罫線、コンテンツのタイトルなど必要な項目はテンプレート化し、毎回同じ構成にしましょう。

読者の記憶に残りやすくなりますし、書くべき内容が決まっているため、一から悩む必要がなくなります。

経験者は語る

メルマガのコンテンツごとに執筆担当を置き、書くネタに対するアンテナをはりやすくしています！慣れてきたら20分でメールが出来上がりますよ！



【人材教育事業 配信歴3年】

効果を測る・メンテナンスする

Q. 配信の効果を知りたい



配信したけれど、ちゃんと反応はあるかな？

読者の方に何をしてほしいかを考えて！
その上で、想定に沿った反応を計測できるよう整備しましょう。



A. 効果測定の手続きを整え、次回の配信に活かしましょう。

Q. 効果もわかったことだし、これで万事OK？

ちょっと待って！
精度の高い効果を測るためにも、リストを常に最新の状態にしておきましょう。



A. リストのメンテナンスも忘れずに。

効果測定の手続きを整える

メール配信の効果を知るには、読者にどのような行動を期待するかというところから考えていくと、計測までの道筋が作りやすくなります。

読者に求める行動は？

インターネット上のコンテンツを見てほしい

例) 商品ページ、ブログ、PDF資料、アンケートページ等

足を運んでほしい

例) 来店、イベント参加 等

測定方法例

メール本文内のURLのクリック数を測る

店頭でメール画面を提示して得られる特典を案内する

メールの返信で参加受付をし、返信数を計測する

次回配信の見直し例

- キャッチコピーを変えてみる
- URLの位置を変えてみる
- 配信の頻度を変えてみる
- メルマガ内人気コンテンツの類似コーナーを新装してみる
- 計測しやすい方法に変えてみる

リストをメンテナンスする

メールアドレスは、住所や電話番号と違い、変更の多い情報です。アドレス変更後の登録忘れなどで、今まで届いていたアドレスがエラーになることもあります。配信に対してどれだけエラーとなったアドレスがあるかによって、配信の反応を測る際の母数が変わるため、効果検証にも関連してきます。エラーと併せて、「受信を解除したい」と通知があったアドレスをリストから削除していくことも必要です。

会社概要

ご不明な点がございましたら、なんでもお問い合わせください！



support002@combz.jp

社名	株式会社コンビーズ
所在地	〒530-0004 大阪市北区堂島浜1丁目4-19 マニユライフプレイス堂島5階
代表取締役	平井 武
設立	2002年
資本金	9,600万円
取引銀行	りそな銀行 堂島支店 三井住友銀行 備後町支店（大阪市中心区） 楽天銀行（法人口座） ジャパンネット銀行（法人口座）
事業内容	インターネット関連事業
運営管理サイト	コンビーズメールプラス CombzMail（コンビーズメール） なーるほどドットコム ご紹介制度
所属団体	全国イーコマース協議会（EC協議会） 日本電子商取引事業振興財団（J-FEC） 大阪商工会議所 新経済連盟