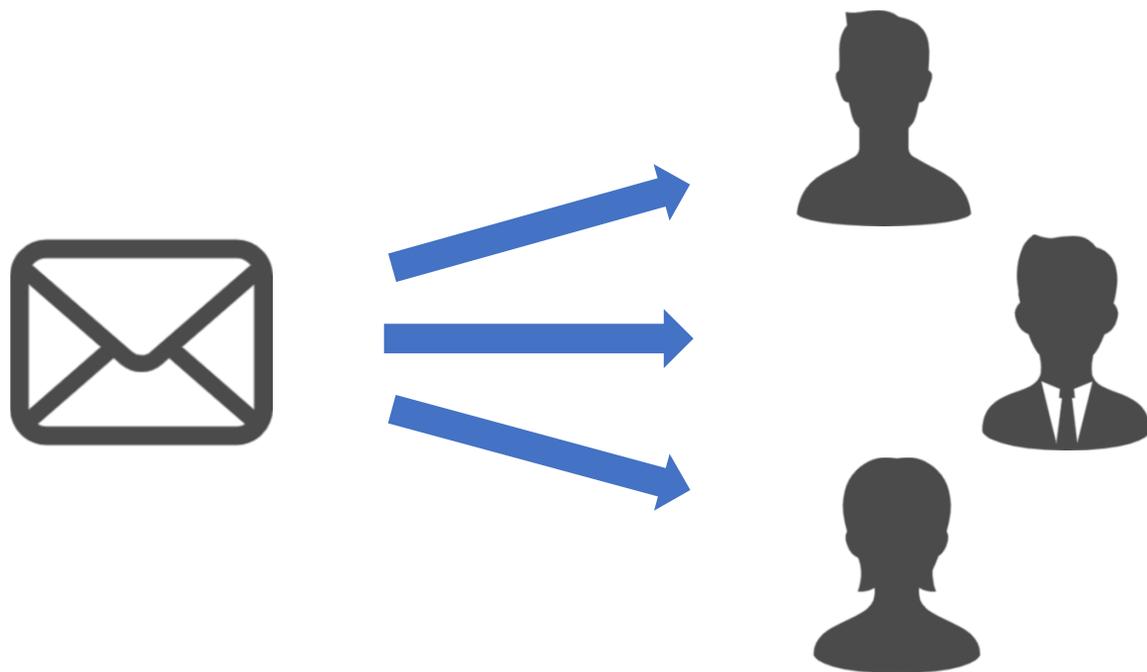


メールマーケティングの基本

メールマーケティングとは？

メールを用いたWebマーケティング手法の一つ

メール配信を通して顧客（又は見込客）とコミュニケーションを取り、
営業活動をしやすくするためのマーケティング施策



B to B ビジネスの場合

見込客の集客



YouTube



ブログ



Facebook



Instagram



見込客との
関係構築



メルマガ



LINE

見込客の育成
(ナーチャリング)



セミナー



無料相談

顧客化

コンサルティング契約

物販ビジネスの場合

集客



YouTube



Instagram



ネット広告



販売サイト
(商品ページ)

初回購入

「目玉商品」の購入

* 特売商品など

リピート
購入



メルマガ



LINE

「本丸商品」の購入

リピート購入
(アップセル・クロスセル)

1. メルマガ配信
2. ステップメール配信

定期的、又は不定期で配信される**メールによる情報提供**

- **新製品**のリリース情報
- 業界の**トレンド情報**
- 自社製品導入後の**成功事例**
- イベントの**告知**（セミナー開催、ブース出展 等）

2 ステップメール配信

予め原稿とスケジュールをセットして、**段階的に配信するメール**

①見込み顧客が自社サイトから資料請求をする

→直後に、資料請求に対する「**お礼メール（1通目）**」を配信

②1通目配信から3～5日後、自社製品の**導入事例（2通目）**を配信

③2通目配信から3～5日後、**他社製品とのデータ比較（3通目）**を配信

④3通目配信から5～7日後、**セミナー開催のお知らせ（4通目）**を配信

→セミナー参加を促す（セミナーを通じて顧客化を図る）

見込客の集客



ホームページ
(資料請求)

見込客との
関係構築



ステップメール

顧客化



セミナー

契約

2つのメルマガ配信形態

1

テキストメール

IT導入補助金「3次公募」の受付がスタートしました

01_takada@lagrange-point.jp x



高田晃 (ラグランジュポイント)

To takada ▾

高田様

お世話になっております。
ラグランジュポイントの高田です。

経済産業省が管轄する「IT導入補助金」。

生産性向上のためのITインフラや
ツール導入に要する費用の

「1/2 (上限50万円)」まで

国が資金補助してくれるという、
現在、経産省が最も力を入れている制度です。

ちなみに、よくご質問頂くのですが、
補助金は後々返済しなければいけないものではありません。

<メリット>

- ・メール原稿の作成がカンタン
- ・受信者への到達率が高い

<デメリット>

- ・開封率を測定できない



<メリット>

- 開封率を計測できる
- 視覚的に魅せられる

<デメリット>

- メール原稿の作成が多少困難
- 受信者によっては到達しないケースも（メーカー次第）

「メール配信ツール」について

メール配信スタンド

- アスメル
- オートビズ
- J-city
- メール商品
- エキスパートメール 等

MAツール

- Account Engagement
- SATORI
- Adobe Marketo Engage
- Zoho CRM
- List Finder 等

メリット

1 プッシュ型の施策である

2 低コストで運用できる

3 簡単に始めやすい

デメリット

1

手間ヒマを要する

2

即効性は期待できない

メルマガ配信の “ 3 つのお約束 ”

1. タイトルが命
2. 売り込みは2割
3. とにかく“継続”すること

タイトルが命

- メルマガが読まれるか否かは、90%がタイトル（件名）で決まると言っても過言ではない
- 読み手にとっての「ベネフィット」を意識する
- 文字数は、受信一覧内で途切れない20文字前後
- 一度、テスト配信して「埋もれないか？」を確認する

2 “売り込み”は2割

- 売り込みばかりのメールは、即嫌われる
- 「情報提供：売り込み」 = 「8：2」 ※感覚
- 情報提供は、「信頼残高」の貯蓄

3 とにかく“継続”すること

- メールマーケティングに、爆発力は期待しない
- 配信頻度は、週2本程度（毎日配信するべきという意見もある）
- お勧めは、ブログ記事の再利用

「配信解除」について

- 配信解除ができるのは「当たり前」と心得る
- 「解除がある」 = それだけ影響を与えているということ
 - ※但し、解除率が10%を超えるようであれば、メールの内容を見直す必要あり
- 「最も売上げをあげたメール」 = 「最も配信解除されたメール」という事実も

メールライティングの肝

1. 「ペルソナ」に向けて書く
2. 「個人名」を配信者とする
3. 「スマホ」を意識して書く
4. 「ハードセル」と「ソフトセル」

事例 1

“「個人名」を配信者とする”の補足

デジタルハリウッド パートナーズ事務局 dhp@dhw.co.jp tricorn.net 経由

To takada ▾

■デジタルハリウッド パートナーズ・メール

本メールマガジンは、デジタルハリウッド株式会社と名刺交換をさせていただいた企業・教育機関の皆様へお送りしております。
※アドレス変更/配信中止については文末をご覧ください。

[2017.1.20]

高田 晃 様

お世話になっております。
デジタルハリウッド大学大学院 事務局です。

本年も、DHGSの1年間の集大成を発表する、「デジコレ」開催の時期が近づいてまいりました。
<http://krs.bz/dhw/c?c=3302&m=818679&v=96f9b382>

第7回目となる今回は、こんな見どころで開催いたします。

- ・メインとなる修了課題発表ではMVP獲得者に事業化支援金100万円を助成
観覧者投票による Good Presentation Award を実施
- ・特別ゲストに「フォーブス ジャパン」編集長の高野真氏、
スマホVR「ハコスコ」やS R（代替現実技術）研究を手がける藤井直敬氏が登壇
- ・三越伊勢丹と本学の産学連携プロジェクトリーダー、
平田元吉氏による修了生エキシビション

登壇する院生とプレゼンターは、
学内での選考を経て、1月下旬に発表いたします。

日頃お世話になっております皆様にもぜひご覧いただきたく、
Webサイトよりお申し込みいただければ幸いです。

【特設ページ/観覧予約はこちらから】
<http://krs.bz/dhw/c?c=3302&m=818679&v=96f9b382>

とりいそぎ、ご案内申し上げます。

どうぞよろしくお願いいたします。

■お問い合わせについてはこちらから

本件に関するお問い合わせ等は下記にご連絡ください。
mail : gs@dhw.co.jp
Tel : 03-5297-5797

配信停止は、お手数ですが下記にご連絡ください。
mail : dhp@dhw.co.jp

■

...

[メッセージの一部が表示されています] [メッセージ全体を表示](#)

“ハードセル”のライティング例

人生を変える「セルフコーチング型手帳術」とは？

手帳ライフコーチ高田 晃 mail.hokuto5... 8月23日(水) 18:41 ☆ ← ⋮
To 自分 ▼

こんにちは、高田です。

いよいよ先日、『手帳コーチ養成講座（第6期）』が募集開始されました。

そして、この講座を一部体験できる体験セミナー&説明会も受付開始されております↓

=====

手帳術×コーチング×マーケティングで「なりたい自分になる技術」を体得して、起業・副業までも実現する方法
『手帳コーチ養成講座（第6期）』体験セミナー&説明会
<https://1lejend.com/c/uWp3/cEAY/tN2af/>

=====

この講座は、手帳術を人に教えられるレベルで習得し、手帳コーチとしての起業・副業（複業）を目指す

というコンセプトの講座ですが、必ずしも手帳コーチとしてだけでなく、

- ・コンサルタント
- ・セラピスト
- ・カウンセラー
- ・ヒーラー

～ 中略 ～

実際に高田は、手帳を使いこなすようになってから、様々な夢を叶えることができました。

経営者、コーチ・コンサルタント、セミナー講師、大学の講師、ビジネス著者といった様々な顔を持ち合わせるようになり、収入などの経済的な側面はもちろん、趣味であるサーフィンを中心に置いたライフスタイルの実現。

子供3人、一家5人での私生活。

地元サッカーチームの役員とコーチも担い、お陰様で超充実した毎日を送ります！

小さなコトまで含めると、本当に切りがありません。

このような、まさに「人生を変える手帳術」を、少しでも多くの人に知って欲しいという思いから、この講座開催の決断に至ってます。

講座の具体的なカリキュラムやスケジュール、受講費などの詳細はまずは説明会で公となります。

オンラインからも参加可能です。

各回ともに定員を設けてますので、ぜひお早めに↓

=====

手帳術×コーチング×マーケティングで「なりたい自分になる技術」を体得して、起業・副業までも実現する方法
『手帳コーチ養成講座（第6期）』体験セミナー&説明会
<https://1lejend.com/c/uWp3/cEAY/tN2af/>

=====

売込み部分

～ 中略 ～

事例 3

“ソフトセル”のライティング例

【手帳Life】チャンスの神様は前髪
しかない

手帳ライフコーチ高田 晃 mail.hok... 9月6日(水) 6:50 ☆ ← ⋮
To takada

=====
手帳術×コーチング×マーケティングで「なりたい自分になる技術」を体
得して、起業・副業までも実現する方法
『手帳コーチ養成講座（第6期）』体験セミナー&説明会
<https://1lejend.com/c/uoed/cUxK/xhCGQ/>
=====

こんにちは、高田です。

「チャンスの神様は前髪しかない」

って言葉、ご存知ですか？

この言葉は、ギリシャ神話の「カイロス」という神からきているもので
す。

カイロスは頭に特徴があり、前髪は長く、後頭部は禿げているそうです。

カイロスはギリシャ語で「機会（チャンス）」を意味し、後ろ髪を掴もう
としても掴めないことから、チャンスはすぐに捉えなければ、後から捉え
ることはできない、という意味で使われるそうです。

～ 中略 ～

私自身も過去の経験から、まったく同じことを感じます。

チャンスというものは、実は人々にほぼ平等にやってくる。というのが、
私の持論です。

ただ、それを「チャンス」と気付くか否か。

まずここで、人によって大きく差が生じます。

次に、チャンスと気付いたとしても、そのチャンスをすぐに掴もうとする
か、それとも手をこまねいてスルーしてしまうか。

ここでまた、人によって差が生まれます。

しかし、後から「やっぱり！」と既に訪れていたチャンスを掴もうとして
も、時すでに遅しのケースが大半だったりします。

カイロスのお話の通り、チャンスの神様は前髪しかないからです。

チャンスは人々にほぼ平等にやってくるが、それに気付くかどうか、掴も
うとするかどうかで差が生まれる。
結果、チャンスを掴むのは、ごくごく限られた人だけ。

これが持論です。

チャンス（機会）というものは、掴む側にその準備ができていないと掴む
ことができません。

売込み部分

～ 中略 ～

LINE配信

ビジネスで活用されるLINE = LINE公式アカウント

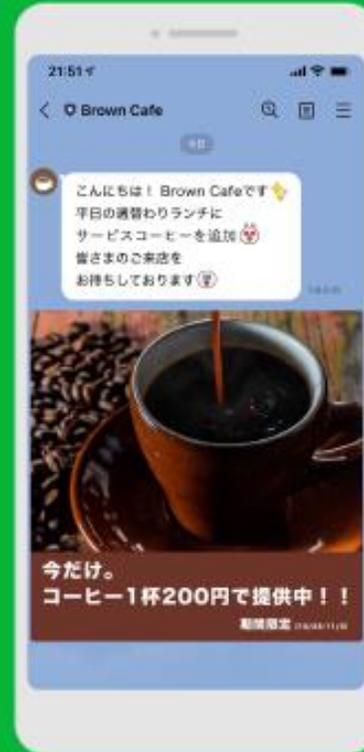
あいさつメッセージ



LINE チャット



リッチメッセージ



LINE公式アカウントの「利用料金」

	フリープラン	ライトプラン	スタンダードプラン
月額固定費（税別）	無料	5,000円	15,000円
無料メッセージ通数	1,000通	15,000通	45,000通
追加メッセージ料金 （税別）	不可	5円	～3円 ※詳細は こちら よりご確認ください。

※2022年10月時点による情報です

※参照元：『LINE公式アカウント』公式ページ (<https://www.linebiz.com/jp/service/line-official-account/plan/>)

国内人口の **約7割をカバー**



※参照元：『LINE Business Guide』

LINE公式アカウントで「できること」

 メッセージ配信

 ツール
↳クーポン
↳ショップカード
↳リサーチ

 分析

 LINEコール

 ステップ配信

 トークルーム管理
↳あいさつメッセージ
↳リッチメニュー

 LINE VOOM
(旧タイムライン)

 自動応答メッセージ
↳応答メッセージ
↳AI応答メッセージ

 データ管理
↳オーディエンス
↳トラッキング (LINE Tag)

 チャット

 メッセージアイテム
↳リッチメッセージ
↳リッチビデオメッセージ
↳カードタイプメッセージ

 友だちを増やす

 プロフィール



オプション/別メニュー

LINE通知メッセージ
LINEチャットPlus
LINEコールPlus
LINEオーディエンスマッチ
LINE LIVE
LINEで予約
お支払い (LINE Pay) etc...

※参照元：『LINE Business Guide』

LINE公式アカウントの「役割」

B to B ビジネスの場合

見込客の集客

見込客との
関係構築

顧客化



YouTube



ブログ



Facebook



Instagram



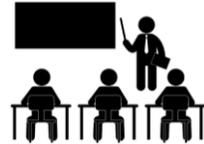
ホームページ
(又はランディングページ)



メルマガ



LINE



セミナー



無料相談

コンサルティング契約

見込客の育成
(ナーチャリング)

LINE公式アカウントの「役割」

物販ビジネスの場合

集客



初回購入



リピート
購入



リピート購入
(アップセル・クロスセル)

「メルマガ」と「LINE」の違い

	メルマガ	LINE
開封率	△	◎
情報量	◎	△
データ保有	◎	×
業種の相性	主にBtoB	主にBtoC

LINE公式アカウントの「活用事例」

購入者特典

QRコードから
LINE登録へ



ライフデザイン手帳2023

早速、購入者特典をお届けします！

【解説動画&滅多に見れない記入事例集】

こんにちは、『ライフデザイン手帳』の製作
監修をしました高田です。

この度は、2023年度版をお買い求め頂き、
誠にありがとうございました。

購入者特典は以下の通りです。

まずやること

まずやること

1. **メルマガ or LINE** どちらを活用するか決める
→ 基本的には、まずは「LINE」を推奨
2. 登録用の**プレゼント（特典）**を用意する
3. その特典に申込みできる**LP**を用意する
4. LPに申込みがあったら **1通目が自動返信される状態**をつくる
5. 特典用LPの**URLを広めて**、コツコツとリスト（登録者）を集める