

ferret One

メール配信方法（既存顧客の名刺リストへ送付する場合）

2022.03 更新

メール配信とは何か？	3
メール配信で期待できる効果	3
この施策が解決できる課題	3
実施すべきタイミング	3
逆に以下の場合には行う必要はありません。	3
実施（実行）頻度	4
メール配信方法の流れ（既存顧客のハウスリストの場合）	4
▼用意するもの	4
▼想定作業時間	4
▼実際の手順	5
①社内の営業サイドと連携しリスト顧客の洗い出し	5
②メルマガリスト用CSVの作成	5
③CSVのアップロード	6
④送信者テンプレートの作成	9
⑤メール本文作成(テキスト/HTML)	11
▼HTMLメールの作成方法	11
▼テキストメールの作成方法	17
⑥メール配信（予約）	21
⑦配信レポート確認	22
⑧改善策を考える	23
⑨改善策の実行	23
メールマガジン文面作成例	24
よくあるご質問	24
Q.メール配信の効果測定ではどの指標を見るべきですか？	24
Q.メールマガジンがリスト先に届かない	25
ferret Oneサポートのご案内	27

1. メール配信とは何か？

ハウスリストに対してメールを送信することです。ferret Oneのメールマガジン機能を使うことで一斉に配信や、特定のリストのみ抽出して配信することが可能です。

2. メール配信で期待できる効果

新規顧客の獲得だけでは売上目標を達成できない場合、既存の顧客へのアプローチも重要となります。メール配信はすでに自社のサービス/事業に対して取引がある＝ニーズを感じている既存顧客に対して適切にキャンペーン情報などを発信することで、新しい取引に繋がる可能性があります。古くからある手法ではありますが、メールを使うビジネスマンが多数存在するBtoBマーケティングにおいてはいまだに重要な施策の一つです。また、コンテンツ更新を行った際にWebサイトへ訪問してもらうきっかけ作りとしても有効です。

3. この施策が解決できる課題

以下に当てはまる人におすすめです。

- ・既存の顧客に対してのアップセルのためのアプローチを行いたい
- ・ハウスリストが眠っているが、うまく活用できていない
- ・Webサイトの訪問数とコンバージョン数を増やしたい

また、営業サイドから「自分の担当顧客へ対してむやみにメールを送って欲しくない」という声をもらうケースもあるため、**どのような目的、内容、効果を想定して送るものか**すり合わせておくことが重要です。

4. 実施すべきタイミング

顧客に伝えるべきコンテンツを更新した際にメール配信を行うと効果的です。
(サービスに関わる重要なニュース、ブログ記事、導入事例などを追加した時など)

逆に以下の場合は行う必要はありません。

- ・ハウスリストを保有していない、または数が極端に少ない(100以下など)
- ・1度購入すれば次回以降追加購入が発生しないサービス
- ・社内事情によりメール配信を行えない場合

5. 実施(実行)頻度

メール送信の目的や取り扱う商材、情報にもよりますが、「月に2~4本程度」です。また、BtoB企業のビジネスマンにとって効果的な配信タイミングは平日火曜日の11:00~13:00とされています。

(参考) [効果的なメルマガ配信のタイミング](#)

6. メール配信方法の流れ（既存顧客のハウスリストの場合）

行うこと	備考
①社内の営業サイドと連携しリスト顧客の洗い出し	—
②メルマガリスト用CSVの作成	—
③CSVのアップロード	ferret One管理画面
④送信者テンプレートの作成	ferret One管理画面
⑤メール本文作成(テキスト/HTML)	ferret One管理画面
⑥メール配信（予約）	ferret One管理画面
⑦配信レポート確認	ferret One管理画面
⑧改善策を考える	—
⑨改善策の実行	—

※実施後⑤～⑨を繰り返す

▼用意するもの

- ・ [ferret One管理画面](#)
- ・ ハウスリスト（CSV）
※[リスト一覧の作成とアップロードの方法](#)よりCSVフォーマットをダウンロード可能です。
- ・ メール文面

▼想定作業時間

※メール本文の作成時間については除きます
2時間～3時間

▼実際の手順

①社内の営業サイドと連携しリスト顧客の洗い出し

※すでにリストを作成している場合は②へ進みます。

まずは、「ターゲット別（誰）にどんなメール（何）を送信するのか？」を社内で整理します。

その後、営業サイドより名刺情報を集め、**メール配信を行う顧客リストの洗い出し**を行います。ターゲット別にハウスリストを整理することをおすすめします。

(例)

- ・クライアント
- ・代理店
- ・協業パートナー
- ・toCの一般消費者

メール配信は、配信停止されてしまうと対象リストが減ってしまいます。そのため、ターゲットを想定したメール内容を考え、送信するようにしましょう。

②メルマガリスト用CSVの作成

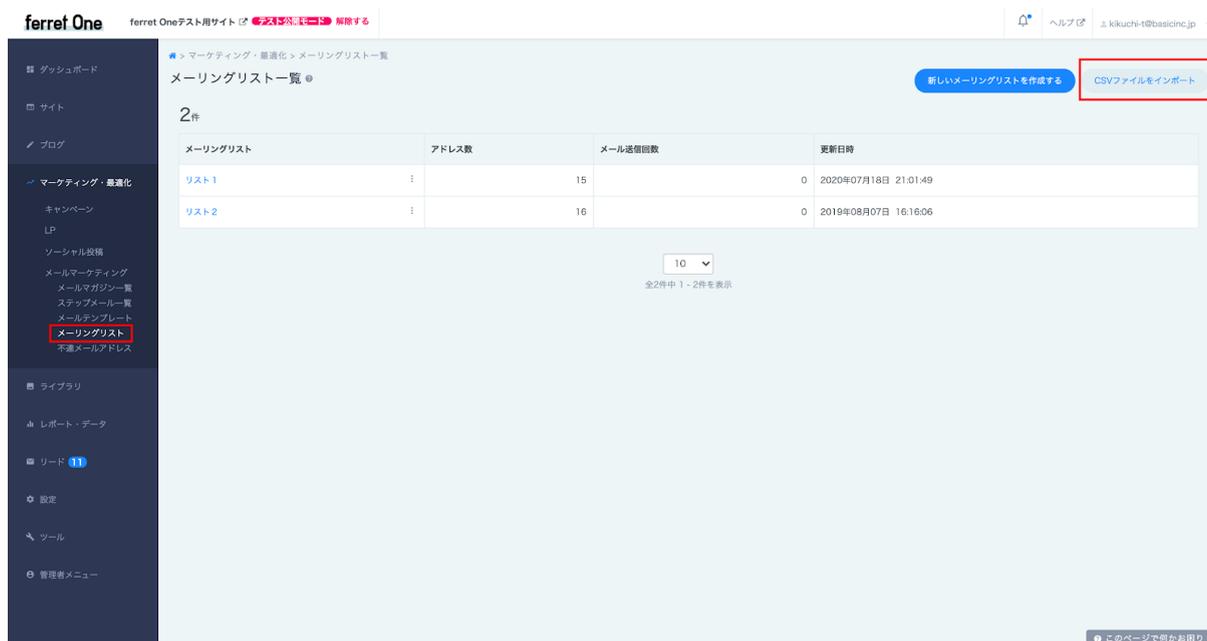
CSVフォーマットに顧客情報を入力します。CSVフォーマットは[リスト一覧の作成とアップロードの方法](#)内よりダウンロード可能です。

上記の区分のように**ターゲット別ごとにCSVを分けて別ファイルとして保存しておくこと**で、ferret Oneへターゲット別にリストを取り込みメールを出し分けることが可能です。

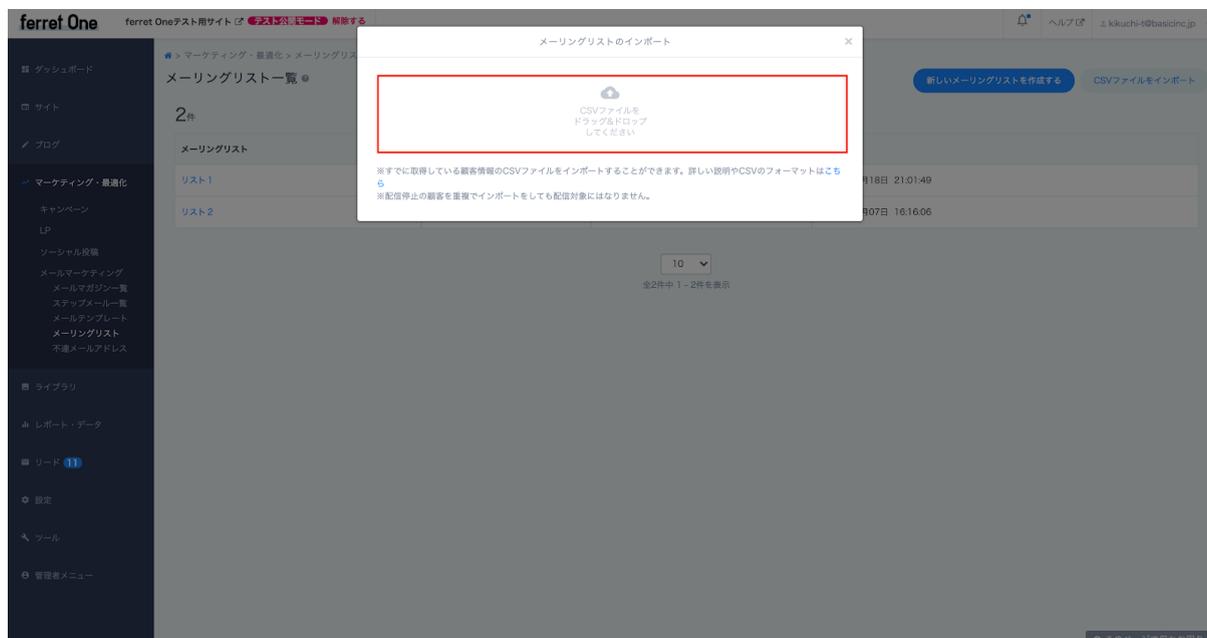
A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	
メールアドレス	氏名	姓	名	氏名(カナ)	姓(カナ)	名(カナ)	年齢	(年代別)	都道府県	住所1	住所2	電話番号	FAX番号	携帯電話番号	郵便番号	ホームページ	性別	職業	会社名
xxxx@basic.jp	フェレットワン太郎			フェレットワン太郎			30	東京都	千代田区一番	一番町MSビル1F				102-0082	https://basicinc.jp/				株式会社
xxxx@basic.jp	フェレットワン太郎			フェレットワン太郎			30	東京都	千代田区一番	一番町MSビル1F				102-0082	https://basicinc.jp/				株式会社
xxxx@basic.jp	フェレットワン太郎			フェレットワン太郎			30	東京都	千代田区一番	一番町MSビル1F				102-0082	https://basicinc.jp/				株式会社
xxxx@basic.jp	フェレットワン太郎			フェレットワン太郎			30	東京都	千代田区一番	一番町MSビル1F				102-0082	https://basicinc.jp/				株式会社
xxxx@basic.jp	フェレットワン太郎			フェレットワン太郎			30	東京都	千代田区一番	一番町MSビル1F				102-0082	https://basicinc.jp/				株式会社
xxxx@basic.jp	フェレットワン太郎			フェレットワン太郎			30	東京都	千代田区一番	一番町MSビル1F				102-0082	https://basicinc.jp/				株式会社
xxxx@basic.jp	フェレットワン太郎			フェレットワン太郎			30	東京都	千代田区一番	一番町MSビル1F				102-0082	https://basicinc.jp/				株式会社
xxxx@basic.jp	フェレットワン太郎			フェレットワン太郎			30	東京都	千代田区一番	一番町MSビル1F				102-0082	https://basicinc.jp/				株式会社
xxxx@basic.jp	フェレットワン太郎			フェレットワン太郎			30	東京都	千代田区一番	一番町MSビル1F				102-0082	https://basicinc.jp/				株式会社
xxxx@basic.jp	フェレットワン太郎			フェレットワン太郎			30	東京都	千代田区一番	一番町MSビル1F				102-0082	https://basicinc.jp/				株式会社
xxxx@basic.jp	フェレットワン太郎			フェレットワン太郎			30	東京都	千代田区一番	一番町MSビル1F				102-0082	https://basicinc.jp/				株式会社
xxxx@basic.jp	フェレットワン太郎			フェレットワン太郎			30	東京都	千代田区一番	一番町MSビル1F				102-0082	https://basicinc.jp/				株式会社
xxxx@basic.jp	フェレットワン太郎			フェレットワン太郎			30	東京都	千代田区一番	一番町MSビル1F				102-0082	https://basicinc.jp/				株式会社
xxxx@basic.jp	フェレットワン太郎			フェレットワン太郎			30	東京都	千代田区一番	一番町MSビル1F				102-0082	https://basicinc.jp/				株式会社
xxxx@basic.jp	フェレットワン太郎			フェレットワン太郎			30	東京都	千代田区一番	一番町MSビル1F				102-0082	https://basicinc.jp/				株式会社
xxxx@basic.jp	フェレットワン太郎			フェレットワン太郎			30	東京都	千代田区一番	一番町MSビル1F				102-0082	https://basicinc.jp/				株式会社
xxxx@basic.jp	フェレットワン太郎			フェレットワン太郎			30	東京都	千代田区一番	一番町MSビル1F				102-0082	https://basicinc.jp/				株式会社
xxxx@basic.jp	フェレットワン太郎			フェレットワン太郎			30	東京都	千代田区一番	一番町MSビル1F				102-0082	https://basicinc.jp/				株式会社

③CSVのアップロード

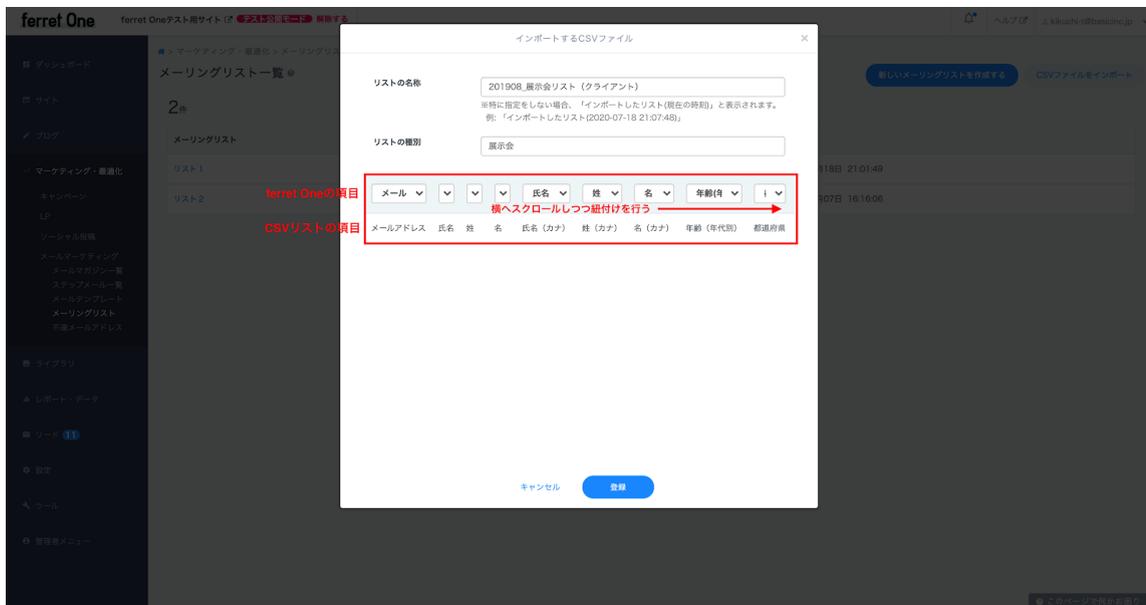
③-1.管理画面 > マーケティング・最適化 > メールマーケティング > メーリングリスト
「CSVファイルをインポート」を押します。



③-2. モーダル画面が現れたら、②で作成したCSVファイルをアップロードします。



③-3.アップロードに成功すると、別のモーダル画面が出てきます。
 インポートするCSVファイルの「リストの名称」「リストの種別」を入力します。



③-4.CSVファイルの各列毎の情報をferret Oneとの紐付けを行います。
 プルダウンからferret One内項目を選択します。
 列の項目は横へスクロールすると全項目を設定できます

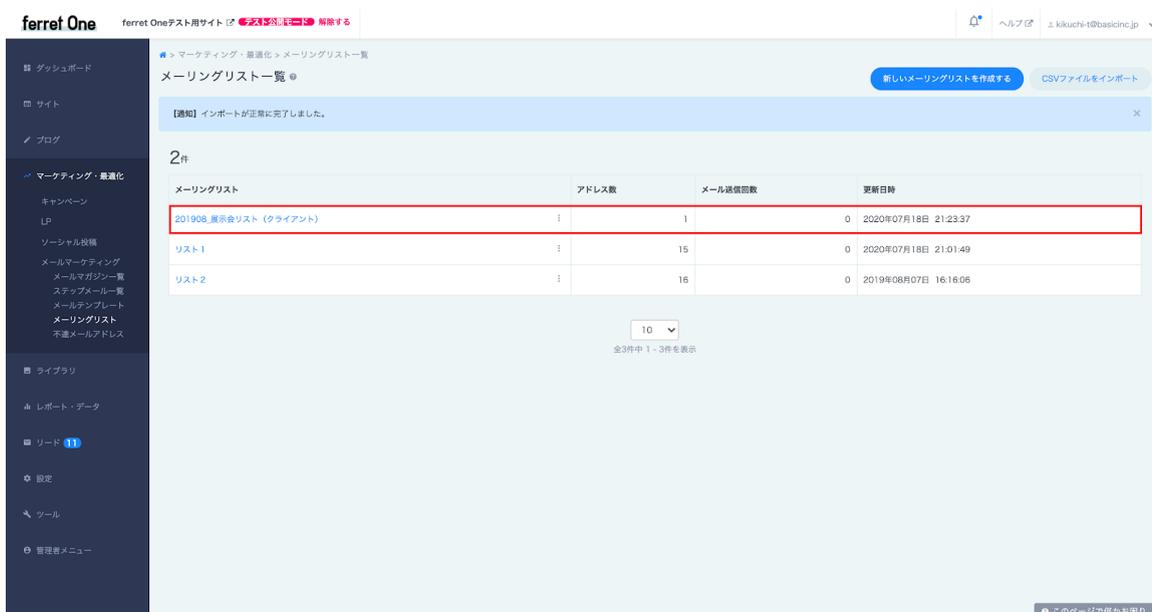
(参考) [操作イメージ動画](#)

※CSVフォーマット内において入力していない列は紐付けする必要はありません。

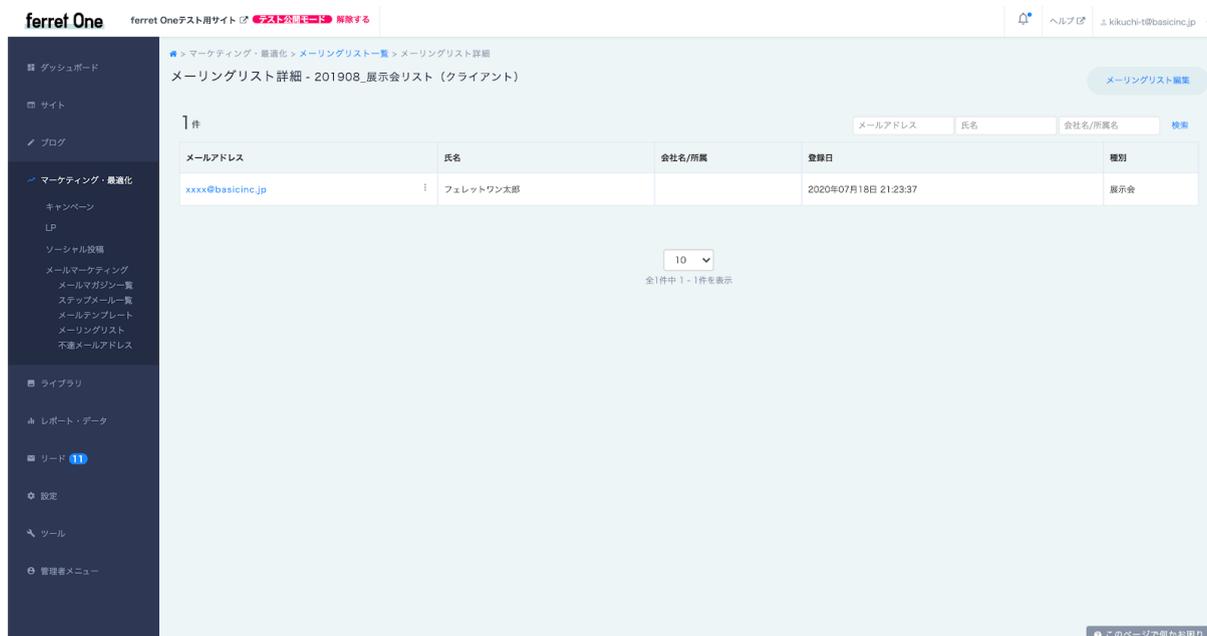
③-5.設定が完了したら「登録」を押します。

③-6.インポートが完了すると、「メーリングリスト」に新たなメーリングリストが追加されます。

「メーリングリスト名」をクリックし、詳細を確認します。



③-7.追加したCSVフォーマット内のハウスリストが取り込まれていることを確認して下さい。

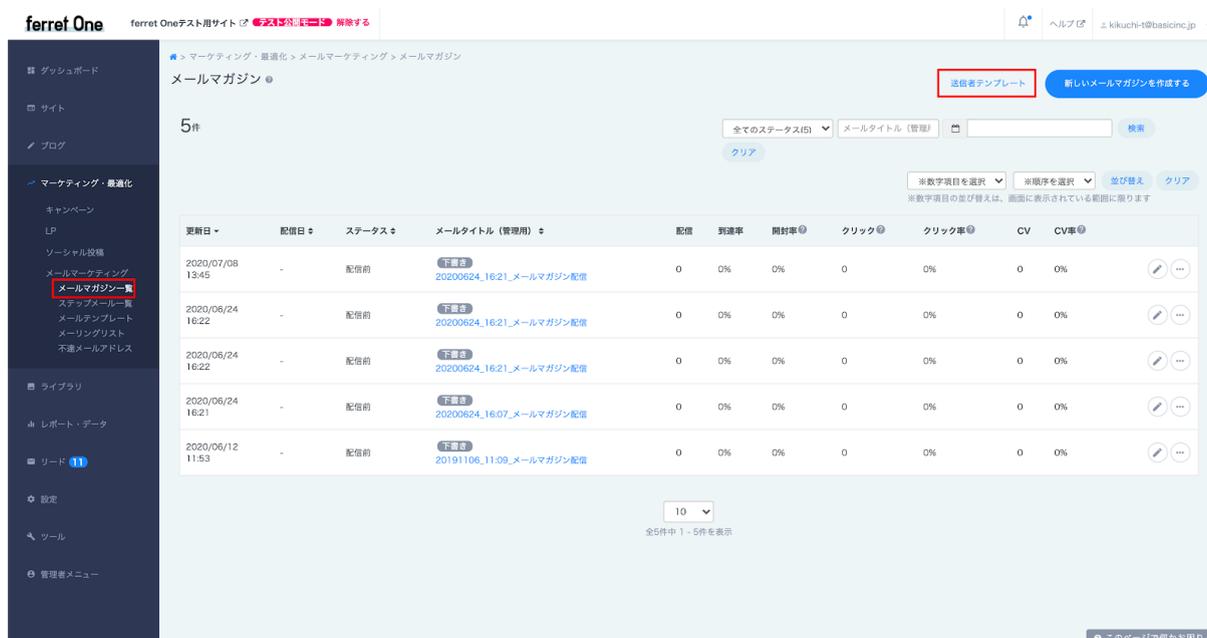


※ferret Oneでは重複する同一メールアドレスを自動的に紐付けを行っています。

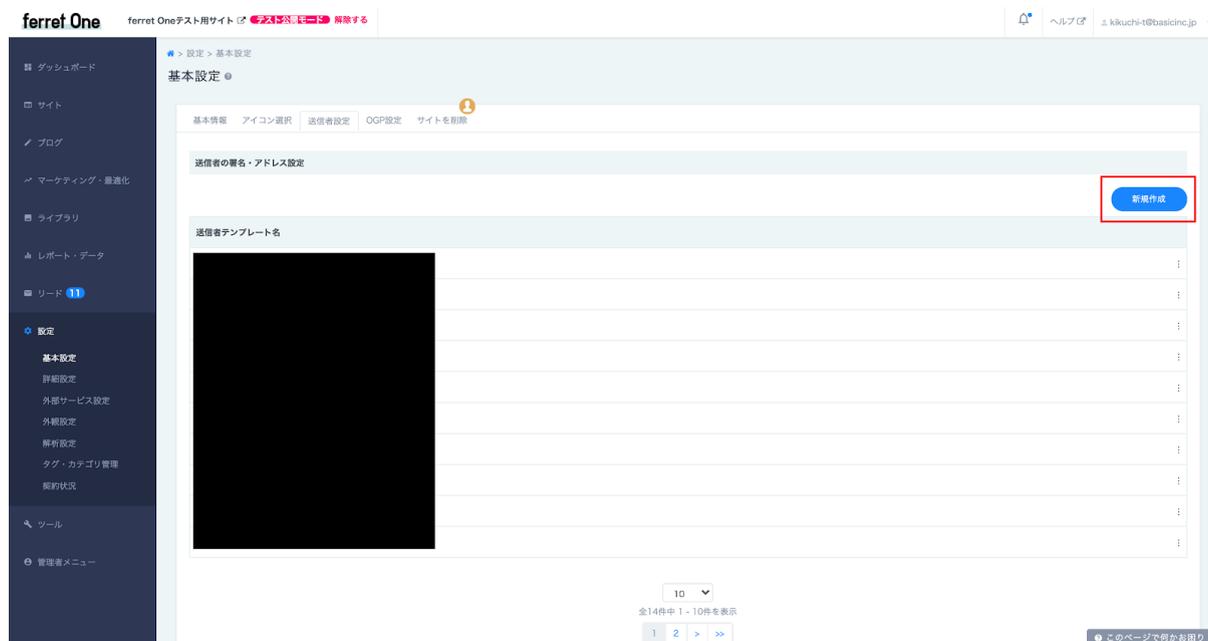
④送信者テンプレートの作成

メールマガジンの差出人名となる、「送信者テンプレート」を作成します。
はじめに作成しておくことで以降のメール配信では本文のみの作成で良くなるため、先に設定しておきましょう。

④-1.管理画面 > マーケティング・最適化 > メールマーケティング > メールマガジン一覧
「送信者テンプレート」を押します。

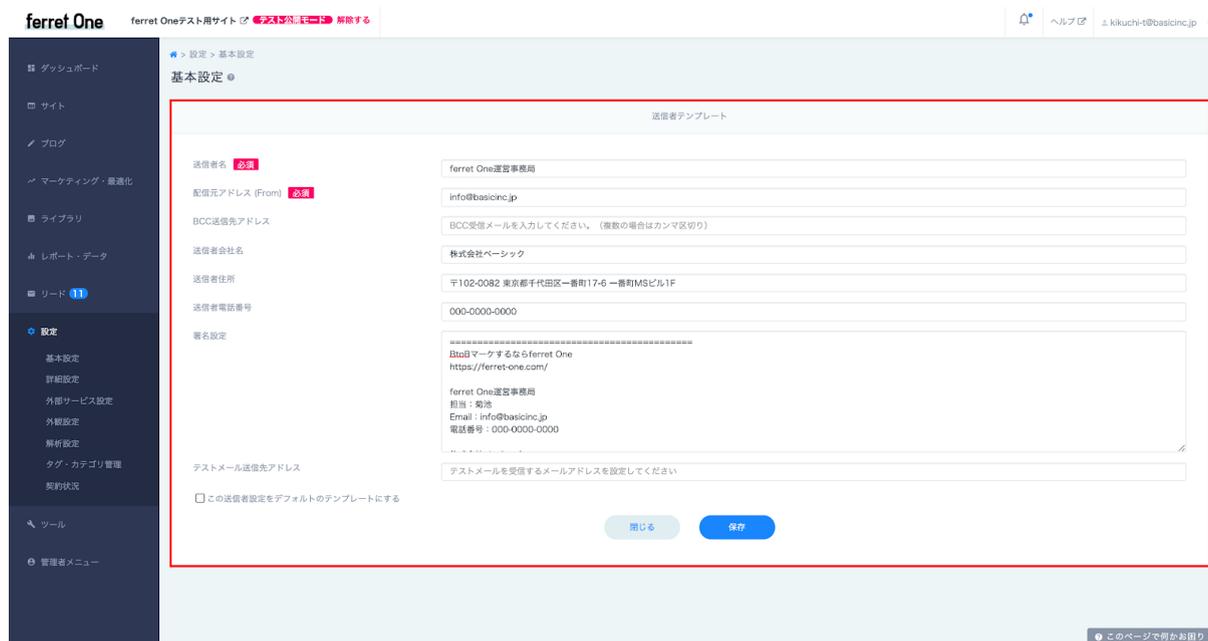


④-2.送信者テンプレートの一覧画面に飛びますので「新規作成」を押します。

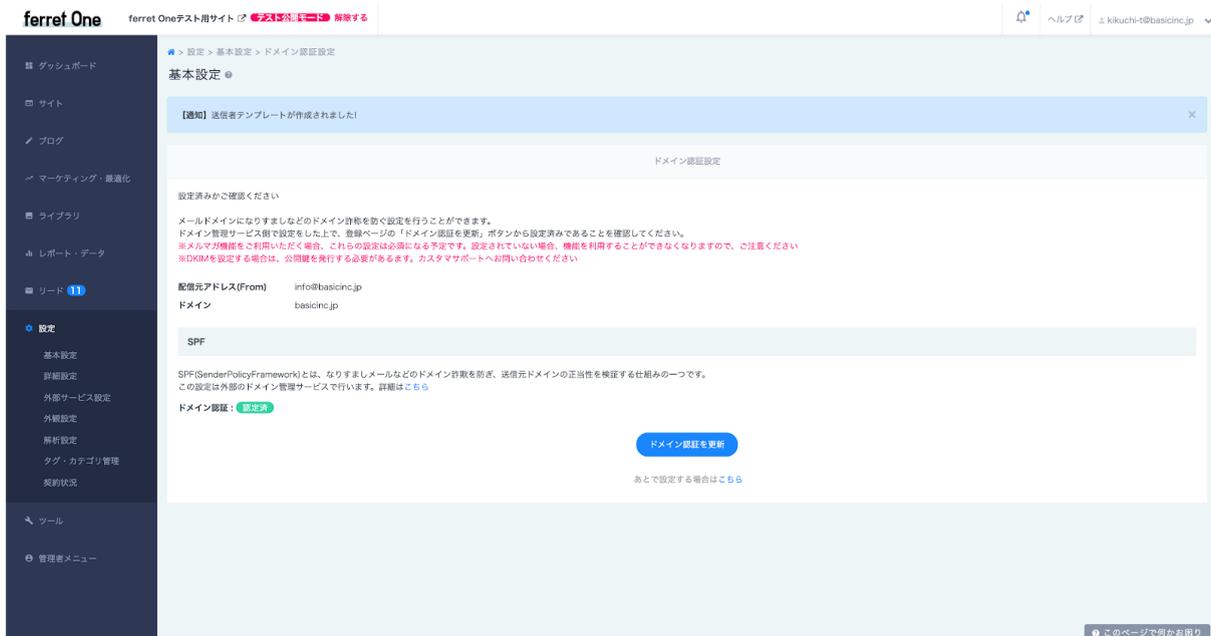


④-3. 送信者名や会社名、署名などのテンプレート情報を入力します。
送信者名には個人名が入っていると開封率が高くなる傾向にあります。
例) テスト太郎/ferret One運営事務局

入力が完了したら「保存」を押します。



④-4. 送信者テンプレートの作成が完了しました。

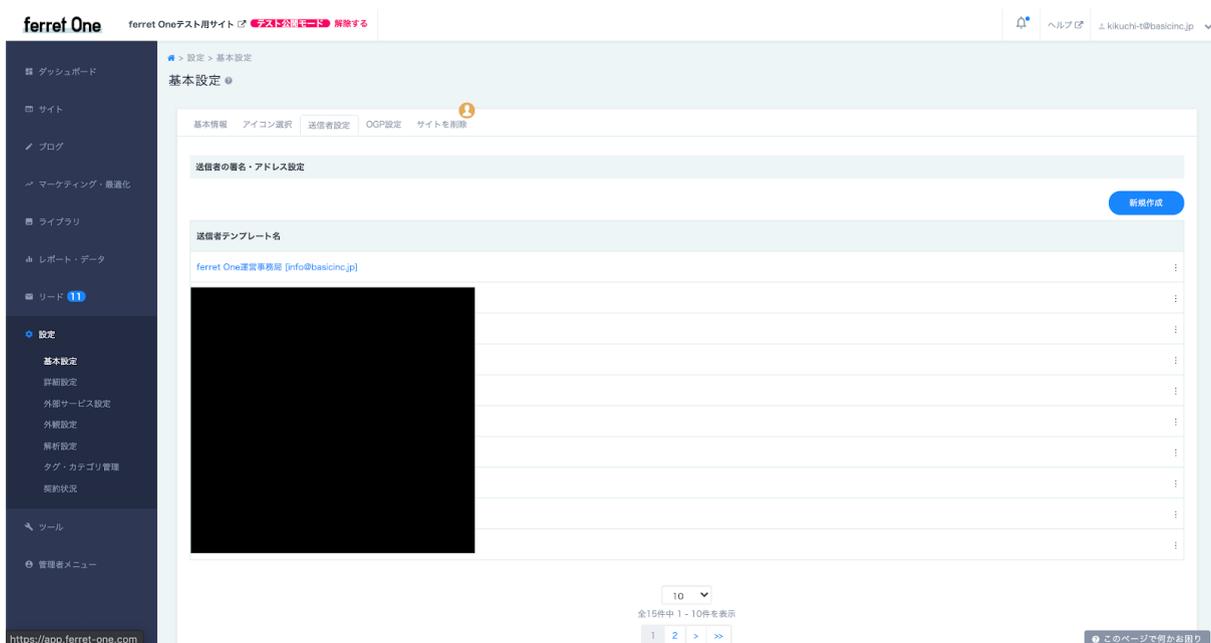


完了確認画面では、「SPFの設定が正しく行われているか」を確認することができます。

※SPF設定を行っていないと、メール受信者の「迷惑メールボックス」に入る可能性が高くなり、メールが届かない原因となります。

設定していない場合には、[SPFの設定方法](#)を確認の上、ferret One内ではなく、貴社ドメインの管理画面内にて、DNS設定をご確認いただき、「SPFレコード設定」を行ってください。

④-5. 管理画面 > マーケティング・最適化 > メールマーケティング > メールマガジン一覧より「送信者テンプレート」をクリックします。



新規で作成した送信者テンプレートが追加されているのを確認しましょう。

メール送信者テンプレートの詳細は、[メールの署名（送信者テンプレート）を登録・更新する方法](#)もご覧ください。

⑤メール本文作成(テキスト/HTML)

メール配信では「HTMLメール」「テキストメール」の2種類を作成可能です。

▼HTMLメールの作成方法

⑤-1-1. 管理画面 > マーケティング・最適化 > メールマーケティング > メールマガジン一覧
「新しいメールマガジンを作成する」を押します。

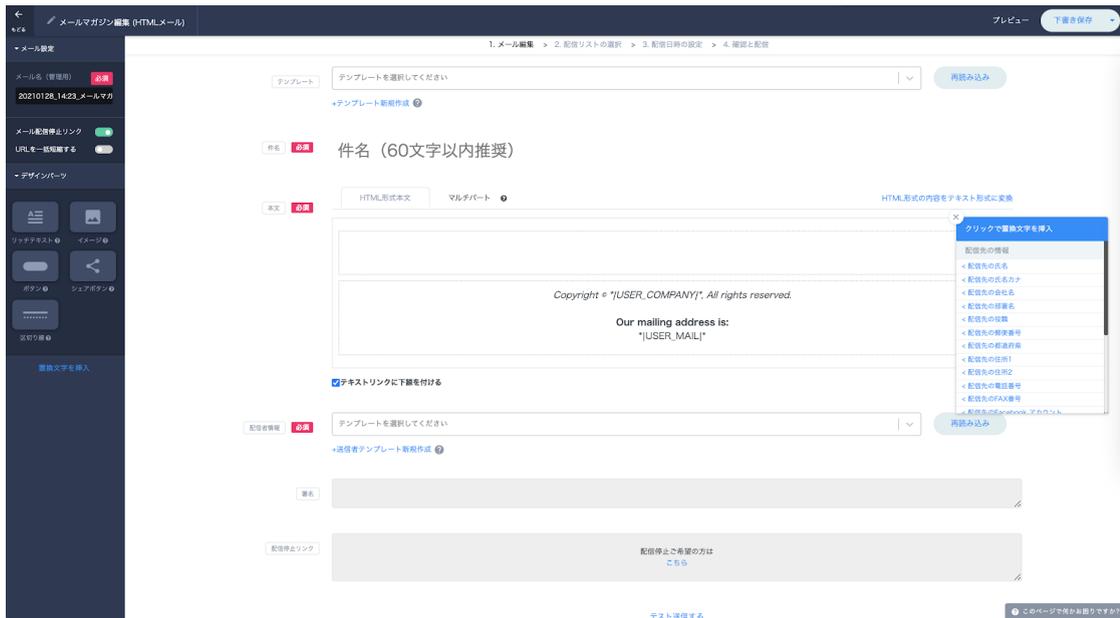
更新日	配信日	ステータス	メールタイトル (管理用)	配信	到達率	開封率	クリック	クリック率	CV	CV率
2020/07/08 13:45	-	配信前	20200624_1621_メールマガジン配信	0	0%	0%	0	0%	0	0%
2020/06/24 16:22	-	配信前	20200624_1621_メールマガジン配信	0	0%	0%	0	0%	0	0%
2020/06/24 16:22	-	配信前	20200624_1621_メールマガジン配信	0	0%	0%	0	0%	0	0%
2020/06/24 16:21	-	配信前	20200624_1607_メールマガジン配信	0	0%	0%	0	0%	0	0%
2020/06/12 11:53	-	配信前	20191106_1109_メールマガジン配信	0	0%	0%	0	0%	0	0%

⑤-1-2. メール形式を選択する画面が表示されるので、HTMLメールを選択します。

メール形式の選択

作成する形式を選択してください。

テキストメール HTMLメール



HTMLメールの編集画面が表示され、画面左側にページ編集機能と同様にデザインパーツが表示されます。

HTMLメールで利用可能なパーツは以下の通りです。

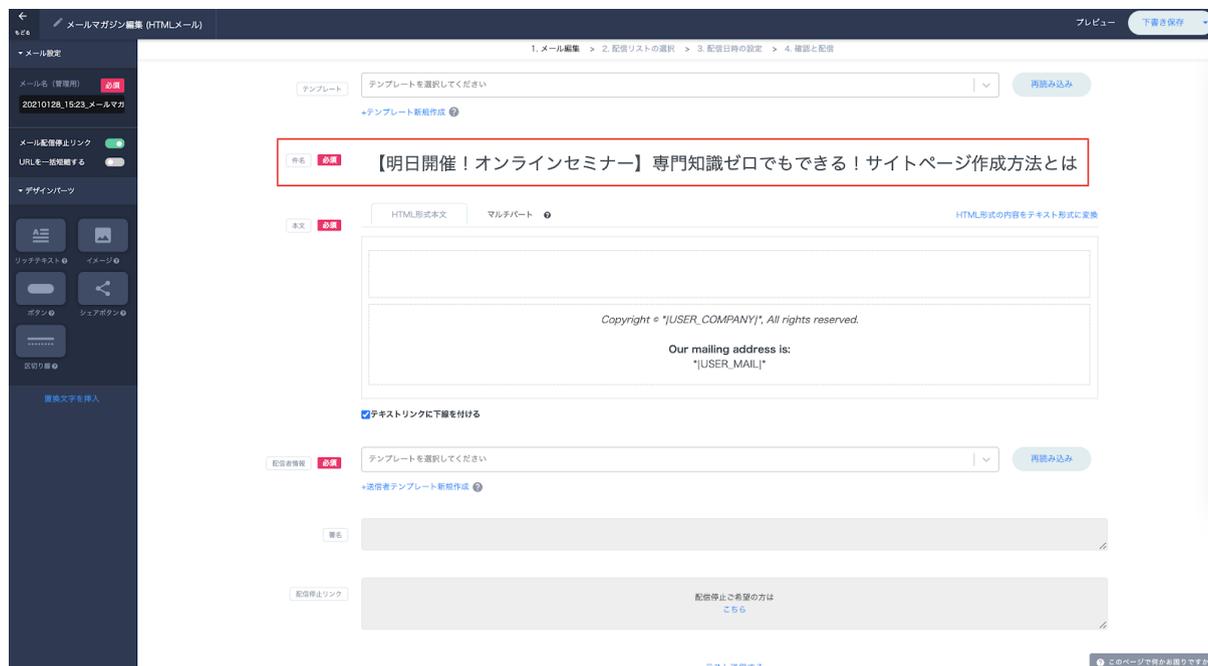
- ・ リッチテキストパーツ
- ・ イメージパーツ
- ・ ボタンパーツ
- ・ シェアボタンパーツ
- ・ 区切り線パーツ

⑤-1-3. メール作成画面内で「メール名（管理用）」を設定します。
ここで設定した名称がferret One内でのメールの表示タイトルとなります。



⑤-1-4. 「タイトル」を入力します。

こちらはメール名（管理用）とは異なり、顧客へ表示されるメールの表示タイトルとなります。

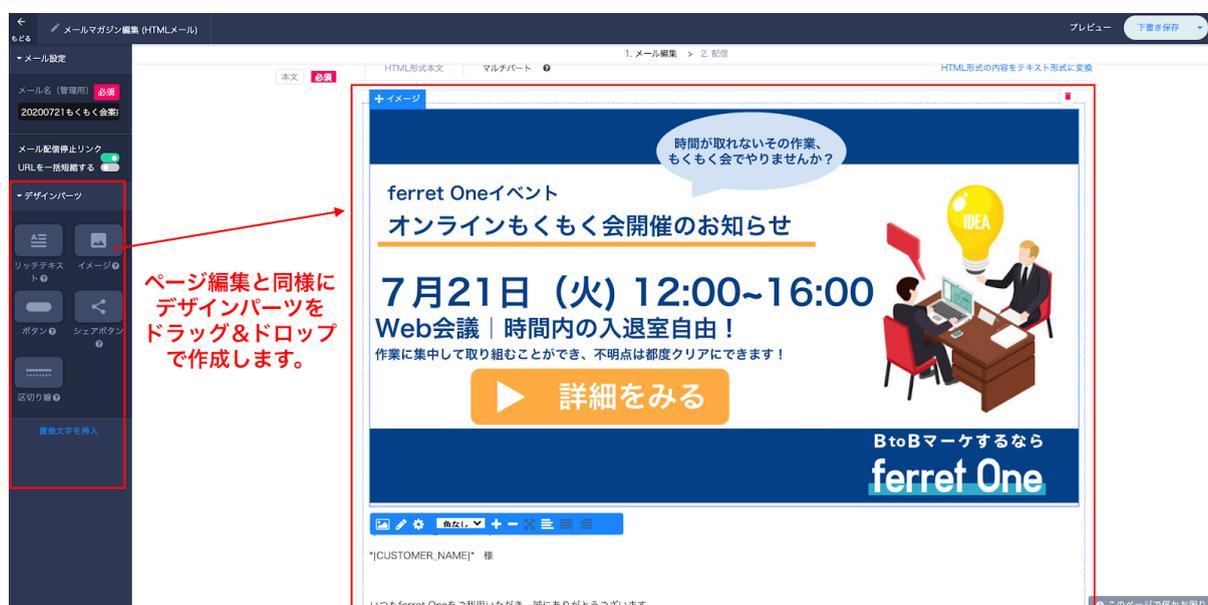


⑤-1-5. 「本文」を入力します。

作成方法はページ編集と同様に各種デザインパーツをドラッグ&ドロップすることで作成が可能です。

顧客がメールを読んでからアクションを起こしやすいよう、申し込みフォームへのリンク等をボタンパーツやテキストリンクを用いてメール本文内へ盛り込みましょう。

(作成例)



⑤-1-6.メール本文内に「置換文字」を挿入します。

置換文字を挿入することで、リストに保存されている「会社名」「担当者氏名」などを送付先ごとに指定することが可能となるため、よりメールが個人向けに送られているような、パーソナライズされた印象を与られます。

本文右側のモーダル画面で「置換文字」を設定可能ですので、画像を参考にメール本文を作成してみましょう。

詳細については

[メールマーケティング／新規メール 置換文字の項目一覧・作成例](#)をご覧ください。



⑤-1-7.本文のタブより「マルチパート」をクリックし、マルチパート設定を行います。

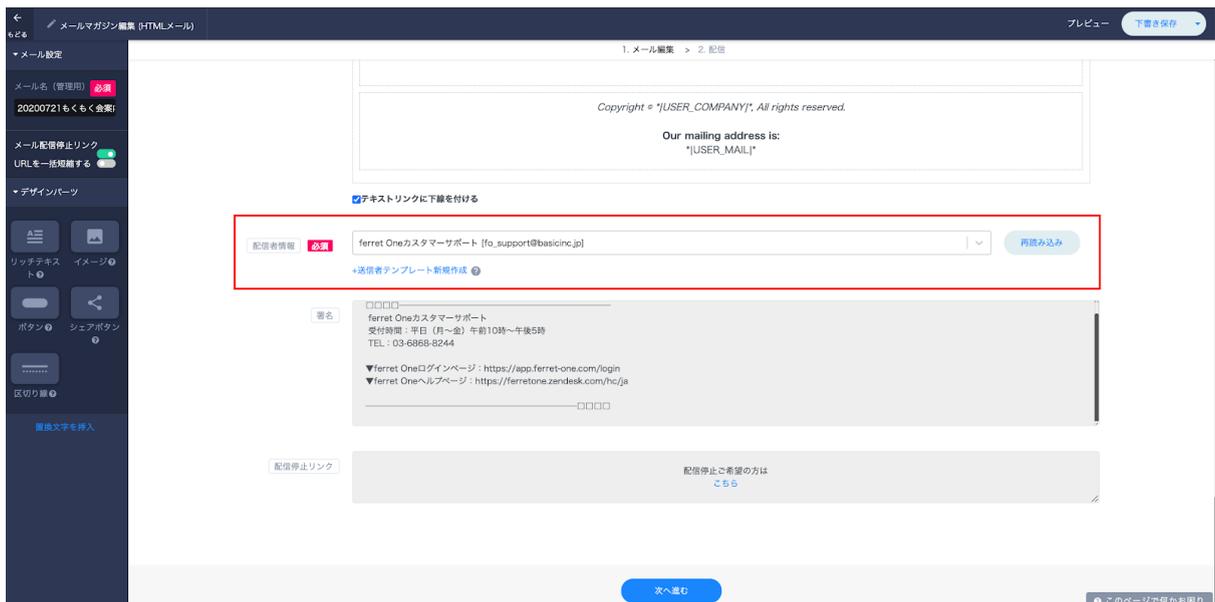
マルチパートとは、「端末や環境により、HTMLメールが受け取れない方用に代わりに送信するテキストメール」のことです。

到達率を高め、相手にメールが届かないリスクを回避するために、必ず設定しておきましょう。詳細は[HTMLメールの作成方法](#)をご覧ください。

「⑤-1-4.本文の挿入」「⑤-1-5.置換文字の挿入」を参考に、テキストメールを作成しましょう。



⑤-1-8. HTMLメール、マルチパートメールの作成が完了したら、配信者情報で送信者テンプレートを選択し、「次へ進む」を押します。



以上でHTMLメール・マルチパートメールの作成は完了です。

▼テキストメールの作成方法

⑤-2-1. 管理画面 > マーケティング・最適化 > メールマーケティング > メールマガジン一覧
「新しいメールマガジンを作成する」を押します。

The screenshot shows the ferret One dashboard for email marketing. The left sidebar contains navigation options like 'ダッシュボード', 'サイト', 'ブログ', 'マーケティング・最適化', 'キャンペーン', 'ソーシャル投稿', 'LP', 'ライブラリ', 'レポート・データ', 'リード', '設定', 'ツール', and '管理者メニュー'. The main area displays a list of email magazines with columns for '更新日', '配信日', 'ステータス', 'メールタイトル (管理用)', '配信', '到達率', '開封率', 'クリック率', 'クリック率', 'CV', and 'CV率'. A red box highlights the '新しいメールマガジンを作成する' button in the top right corner.

⑤-2-2. メール形式を選択する画面が表示されるので、テキストメールを選択します。

The dialog box titled 'メール形式の選択' (Select email format) contains the text '作成する形式を選択してください。' (Please select the format to create). At the bottom, there are two buttons: 'テキストメール' (Text email) and 'HTMLメール' (HTML email).

⑤-2-3. メール作成画面内で「メール名 (管理用)」を設定します。

ここで設定した名称がferret One内でのメールの表示タイトルとなります。

The screenshot shows the 'メールマガジン編集 (テキストメール)' (Edit email magazine (text email)) screen. The 'メール設定' (Email settings) section is expanded, and the 'メール名 (管理用)' (Email name (management use)) field is highlighted with a red box. The text in the field is '20200718_22:44_メー'. A red '必須' (Required) label is next to the field. Other settings like 'メール配信停止リンク' (Email delivery stop link) and 'URLを一括短縮する' (Shorten URLs) are also visible.

⑤-2-4. 「タイトル」を入力します。

こちらはメール名（管理用）とは異なり、顧客へ表示されるメールの表示タイトルとなります。

The screenshot shows the 'メールマガジン編集 (テキストメール)' interface. The subject line field is highlighted with a red box and contains the text: **【明日開催！オンラインセミナー】専門知識ゼロでもできる！サイトページ作成**. The '本文' field contains a placeholder text with variables like *{CUSTOMER_COMPANY}* and *{CUSTOMER_NAME}*.

⑤-2-5. 「本文」を入力します。

The screenshot shows the same email editor interface. The main body text field is highlighted with a red box. It contains the following text:
{CUSTOMER_COMPANY}
{CUSTOMER_NAME} 様

いつもXXXXをご利用いただき、誠にありがとうございます。
XXXXカスタマーサポートでございます。

明日、【XX月XX日 (X) 14:00~15:00】
にウェビナー（オンラインセミナー）を開催いたします。
今回のウェビナーテーマは、「XXXXでよく使うデザインパーツの解説とページ作成方法」についてです。

ウェビナーの参加予約をする
XXXXでサイトの修正はしたことあるけど、
実際に1からページを作るとき、操作に迷ってしまう…
担当が変わったばかりでページ編集に時間がかかってしまう…

XXXXで利用率No.1のページ編集機能。
専門的な知識がなくても基本的なページ作成は可能です。

しかし慣れていないご担当者様にとってはなかなか難しい点もあると思います。

そんな方々向けに、今回は基本的なパーツ説明、それらを使ったセミナーページの作成について解説いたします。
テキストパーツとリッチテキストパーツのような似ているパーツの違い、
ちょっとした効率化ポイントも一層にお伝えいたします。

⑤-2-6. メール本文内に「置換文字」を挿入します。

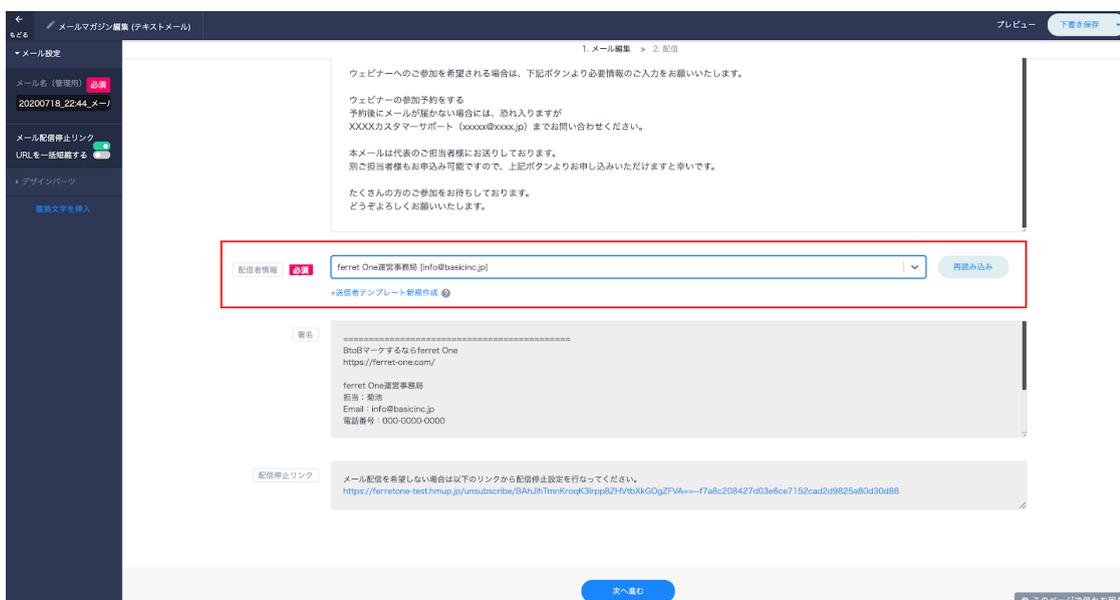
置換文字を挿入することで、リストに保存されている「会社名」「担当者氏名」などを送付先ごとに指定することが可能となるため、よりメールが個人向けに送られているような、パーソナライズされた印象を与られます。

本文右側のモーダル画面で「置換文字」を設定可能ですので、画像を参考にメール本文を作成してみましょう。

詳細については[メールマーケティング／新規メール 置換文字の項目一覧・作成例](#)をご覧ください。



⑤-2-7. テキストメールの作成が完了したら、配信者情報で送信者テンプレートを選択し、「次へ進む」を押します。



テキストメールの作成は以上で完了です。

⑥メール配信（予約）

メールの作成が完了すると、「配信先設定」の画面へ移ります。

⑥-1. ③でアップロードしたメーリングリストの該当のリストを選択します。

配信先設定

2件のアドレス宛にメールマガジンを配信 **0件** リスト名 絞り込む

配信先リスト	件数
<input checked="" type="checkbox"/> テストメーリングリスト	2
<input type="checkbox"/> 検証用_201224_2	2
<input type="checkbox"/> 検証用201224	1
<input type="checkbox"/> テストのメーリングリスト	1
<input type="checkbox"/> 練習用メーリングリスト	1
<input type="checkbox"/> 全顧客 (配信停止中の顧客を除外する)	3
<input type="checkbox"/> 全顧客 (配信停止中の顧客を含む)	3

新規リストを作成する

0件のアドレスを配信先から除外 (任意) リスト名 絞り込む

除外リスト	件数
<input type="checkbox"/> テストメーリングリスト	2
<input type="checkbox"/> 検証用_201224_2	2
<input type="checkbox"/> 検証用201224	1
<input type="checkbox"/> テストのメーリングリスト	1
<input type="checkbox"/> 練習用メーリングリスト	1

新規リストを作成する

メールマガジンの配信件数：2件
※配信時にリストに含まれるメールアドレスは最新に更新されます。

[前に戻る](#) [次へ進む](#)

任意で配信先から除外するアドレスを指定することも可能です。除外したい宛先のみで構成されているリストを選択しましょう。

あらかじめリストを作成していない場合は、右下の「新規リスト」から作成することもできます。[メールマガジン編集（配信先設定）](#) もご確認ください。

配信先設定

2件のアドレス宛にメールマガジンを配信 **0件** リスト名 絞り込む

配信先リスト	件数
<input checked="" type="checkbox"/> テストメーリングリスト	2
<input type="checkbox"/> 検証用_201224_2	2
<input type="checkbox"/> 検証用201224	1
<input type="checkbox"/> テストのメーリングリスト	1
<input type="checkbox"/> 練習用メーリングリスト	1
<input type="checkbox"/> 全顧客 (配信停止中の顧客を除外する)	3
<input type="checkbox"/> 全顧客 (配信停止中の顧客を含む)	3

新規リストを作成する

1件のアドレスを配信先から除外 (任意) リスト名 絞り込む

除外リスト	件数
<input type="checkbox"/> テストメーリングリスト	2
<input type="checkbox"/> 検証用_201224_2	2
<input type="checkbox"/> 検証用201224	1
<input checked="" type="checkbox"/> テストのメーリングリスト	1
<input type="checkbox"/> 練習用メーリングリスト	1

新規リストを作成する

メールマガジンの配信件数：1件
※配信時にリストに含まれるメールアドレスは最新に更新されます。

[前に戻る](#) [次へ進む](#)

除外するアドレスを指定すると、「メールマガジンの配信件数」の箇所に除外後の件数が表示されます。

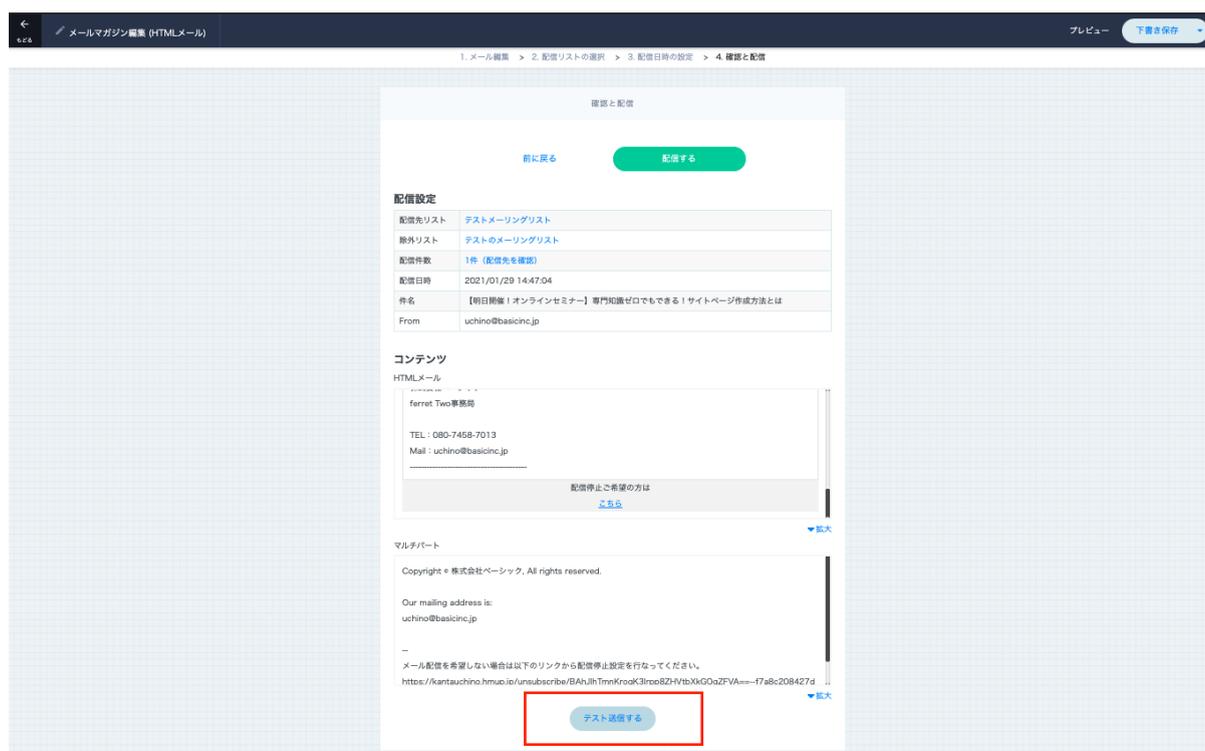
⑥-2. 「配信日時」の設定を行います。

「今すぐに配信する」またはスケジュール配信を行う場合には「指定日時に配信する」を押し、送付予定の日時を入力し、「次へ進む」を押してください。



⑥-3. 配信先、配信日時、メール文面などに誤りがないか確認し、テスト送信を行います。

メール文面が意図した通りに表示されるか、実際のメールシステムで確認するため、テスト送信は必ず行うようにしましょう。画面の一番下にある「テスト送信」ボタンを押します。



次のようなポップアップが表示されるので、「送信者アドレス」欄へテスト用のメールアドレスを入力し、メール内容の確認を行きましょう。

テストメール配信 ×

送信先アドレス

複数アドレスに送信する場合は半角コンマで区切って入力してください

テスト送信する

<注意点>

- ・ 設定した置換文字が正しく反映されているかを確認します
- ・ 設定したリンク先のURLに誤りがないか確認します
→計測URLを設定する際にはパラメータ付きURLが正しいかも確認

⑥-4. テスト送信の確認が完了したのち、「配信する」を押すとメールの配信が行われます。



⑦配信レポート確認

配信完了後、送信したメールマガジン名をクリックすることでメール配信レポートを確認できます。（確認のタイミング目安は送付の2～3日後）

⑦-1. 管理画面 > マーケティング・最適化 > メールマーケティング > メールマガジン一覧から該当のメールマガジン名をクリックします。

更新日	配信日	ステータス	メールタイトル (管理用)	配信	到達率	開封率	クリック	クリック率	CV	CV率
2021/01/28 15:13	2021/01/28 15:13	配信中	テストメールマガジン_yymmdd	0	0%	0%	0	0%	0	0%
2020/12/24 11:33	2020/12/24 11:33	配信済み	20201224_リード獲得とは? テレワーク時代にお...	2	100.0%	50.0%	0	0.0%	0	0.0%
2020/12/24 11:21	2020/12/24 11:21	配信済み	20201211②_リード獲得とは? テレワーク時代にお...	2	100.0%	50.0%	0	0.0%	0	0.0%
2020/12/11 17:00	2020/12/11 17:00	配信済み	20201211②_リード獲得とは? テレワーク時代にお...	2	100.0%	100.0%	1	50.0%	0	0.0%
2020/12/11 09:26	2020/12/11 09:26	配信済み	20201211_リード獲得とは? テレワーク時代にお...	2	100.0%	100.0%	1	50.0%	0	0.0%

⑦-2. 「到達数」「開封数」「クリックユーザー数」「CVユーザー数」の他、ページ下部のURL別レポートでメール内に含まれていたURL別のクリック状況について確認することができます。

到達数	0	開封数	0	クリックユーザー数	0	CVユーザー数	0
到達率	0%	開封率	0%	クリック率	0%	CV率	0.0%

配信内容

配信リスト: テストメールマガジン
除外リスト: テストメールマガジン

配信数: 0件 / 到達率(配信エラー数: 0件): 0% / 配信停止ユーザー数: 0
送信者: ferret Two事務局 [uchino@basicinc.jp]

【明日開催！オンラインセミナー】 専門知識ゼロでもできる！サイトページ作成方法とは

From: ferret Two事務局 <uchino@basicinc.jp>

Webセミナー(ウェビナー)
【BtoB企業向け】
LP制作、改善を『内製化』して

URL	クリック数	クリック率	CV数	CV率
(合計)	0	0%	0	0.0%

想定していた目標数値とどのくらい異なっているのか、ギャップを明確にしましょう。

※目標数値の目安については、下部の[「よくあるご質問」](#)を参照ください。

⑧改善策を考える

メール配信における各指標の見方については下部の[「よくあるご質問」](#)を参照ください。

⑨改善策の実行

下記のようにメール配信の問題点を探し、改善ポイントを把握した上で次回以降の対策を行いましょう。

<改善ポイント>

- ・リストに対するメール到達率は低くないか？
- ・メールマガジンのタイトルはターゲットにとって魅力的か？
- ・タイトルと本文の内容の整合性は取れているか？
- ・クリック率の悪いURLはないか？考えられる原因は？
- ・最終的なCVに繋がっているか？

※実施後⑤～⑨を繰り返す

7. メールマガジン文面作成例

[【例文あり】BtoBメルマガ担当者に聞く！おすすめ配信コンテンツ6選](#)をご覧ください。

本文作成では、以下のポイントを意識しましょう。

- ・ユーザーにとって有益な情報であることを意識しましょう
- ・メールの中で完結させずサイトへ誘導しましょう
- ・CTAは1種類に絞りましょう
- ・本文の長さはPC画面1スクロール分を目安にしましょう。

タイトルをつける時には、以下のポイントを意識しましょう。

- ・本文を作ってからタイトルを決めましょう
- ・15～30文字で作成しましょう ※スマホでは15文字で見切れます
- ・4U（有益性・緊急性・具体性・独自性）を意識しましょう

8. よくあるご質問

Q.メール配信の効果測定ではどの指標を見るべきですか？

見るべき指標は以下の4つです。

- ・到達率
- ・開封率
- ・クリック率
- ・コンバージョン率

・到達率

メールが実際にユーザーに届いているかどうかを測るものです。

(配信数-エラー数) / 配信数 × 100 で算出し、98%以上を目安としてください。

到達率が悪い原因として、リストの質が悪いことが考えられます。

リストの精査を行きましょう。

・開封率

メールがユーザーに開封されたかどうかを示しています。

件名を見て、興味を持ってもらえたか、ということはこの率で推測できます。

開封率 = 開封数 / 有効配信数 × 100 で算出し、10%以上を目安としてください。

弊社の場合は見込み顧客：5~10% 既存顧客：30~40%が平均的な数値です。

開封率を上げるためには「ターゲットを意識したタイトル」をつける必要があります。

・クリック率

クリック率は、文中のURLをクリックされた割合です。

クリック率 = クリック数 / 開封数 × 100 で算出します。

弊社の平均的な数値は、見込み顧客：1~5% 既存顧客：15~30%です。

クリック率を上げるためには、メール本文全体の構成を考え直す、

リンク先で行えるアクションを明示するなどが重要です。

・CV率 (CVR)

最終的なゴールである、お問い合わせや資料請求などのアクションがなされたかを測ります。

コンバージョン数 / 配信数 × 100 で算出します。目安は0.2%以上です。

メールのタイトル・本文の主旨が一通貫しており、ユーザーが違和感なく

お問い合わせや資料請求といった目的を果たせたかが鍵となります。

こちらの数値を高めるためには、そのメール本文のブラッシュアップも必要ですが、

まずはシナリオ全体の見直しを行わなければなりません。

(参考) [プロがイチから教える!今からでも遅くはない、メールマーケティングって何?](#)

Q.メールマガジンがリスト先に届かない

何らかの原因によりメールが不達となっている可能性があります。
管理画面 > リード > 見込み顧客一覧

「配信状況」を「停止中」に絞り込むと不達理由を確認することができます。

The screenshot shows the 'ferret One' CRM interface. The main content area is titled '見込み顧客一覧' (Prospect List). At the top, there are search filters for 'メールアドレス', '氏名', '会社名/所属名', '種別', and '配信状況'. The '配信状況' dropdown is set to 'メルマガが停止中' and is highlighted with a red box. Below the filters is a table with columns: 'メールアドレス', '氏名', '会社名/所属', '登録日', '種別', '配信状況', 'メルマガが停止理由', and '操作'. The '配信状況' and 'メルマガが停止理由' columns are highlighted with a red box. The table contains several rows of data, including entries with '停止中' status and reasons like '管理者停止', 'ソフトバウンス', and 'オプトアウト'. At the bottom, there is a pagination control showing '10' items per page and '全876件中 31 - 40件を表示'.

表示される理由は以下の通りです。

ハードバウンス

状態：永続的な理由で配信できない状態です。

例：

- ・アドレスが実在しない
- ・メールのドメインが実在しない
- ・受信者のサーバーがメールを拒否した

ソフトバウンス

状態：一時的な理由で送信できなかったことを意味します。

例：

- ・受信箱が容量を超している

- ・メールの容量が大き過ぎる
- ・トータルで3回以上到達しないメールがあると自動的に不達メールアドレス扱いになります。

スパム

状態：送信後、受信者のメールサーバからスパム扱いとされたことを意味します。
 エンドユーザーがスパムフラグを立てた際に通知されるものではありません。

配信停止状態を解除する場合、個別に配信ステータスの確認・変更ができます。詳細は[Q.各メールの配信ステータスについて教えてください。](#)をご参照ください。

9. ferret Oneサポートのご案内

無料サポート	有料サポート
 運用支援サポート（アカウント担当が付きます）	貴社マーケティング施策の一部を代行・コンサルティング致します
 テクニカルサポート（電話／メール）	 オンライン広告運用
 ヘルプページ	 オンライン広告運用（LP / バナー制作）
 操作レクチャーMTG	 記事制作・事例取材代行
 ウェビナー（オンラインセミナー）	 ホワイトペーパー制作代行
 もくもく会（作業集中スペースの提供）	 SEOコンサルティング
	<small>※お見積もり・詳細に関してはアカウント担当までご連絡ください。</small>

 **運用支援サポート**：貴社の状況に合わせてサイトの運用支援、施策のアドバイスを行います。必要に応じてお打ち合わせが可能です。

 **テクニカルサポート** TEL：03-6868-8244／Mail：管理画面右下より
 受付時間：平日（月～金）午前10時～午後5時

 **ヘルプページ**：<https://ferretone.zendesk.com/hc/ja>

 **操作レクチャー**：https://fo-keiyaku.hmup.jp/contact_lecture
 予約制です。Web会議もしくはお電話にて画面を見ながらレクチャー

 **もくもく会**：<https://fo-keiyaku.hmup.jp/mokumoku-event>
 サポートが近くにいる状態で作業ができる場を提供。（オンライン有）

- **ご請求内容の確認／ユーザー追加・変更はこちら**
<https://fo-keiyaku.hmup.jp/1087058>

有料サポート

貴社マーケティング施策の一部を代行・コンサルティング致します

-  オンライン広告運用
-  オンライン広告運用 (LP / バナー制作)
-  記事制作・事例取材代行
-  ホワイトペーパー制作代行
-  SEOコンサルティング



※見積もり・詳細に関してはアカウント担当者までご連絡ください。

以上