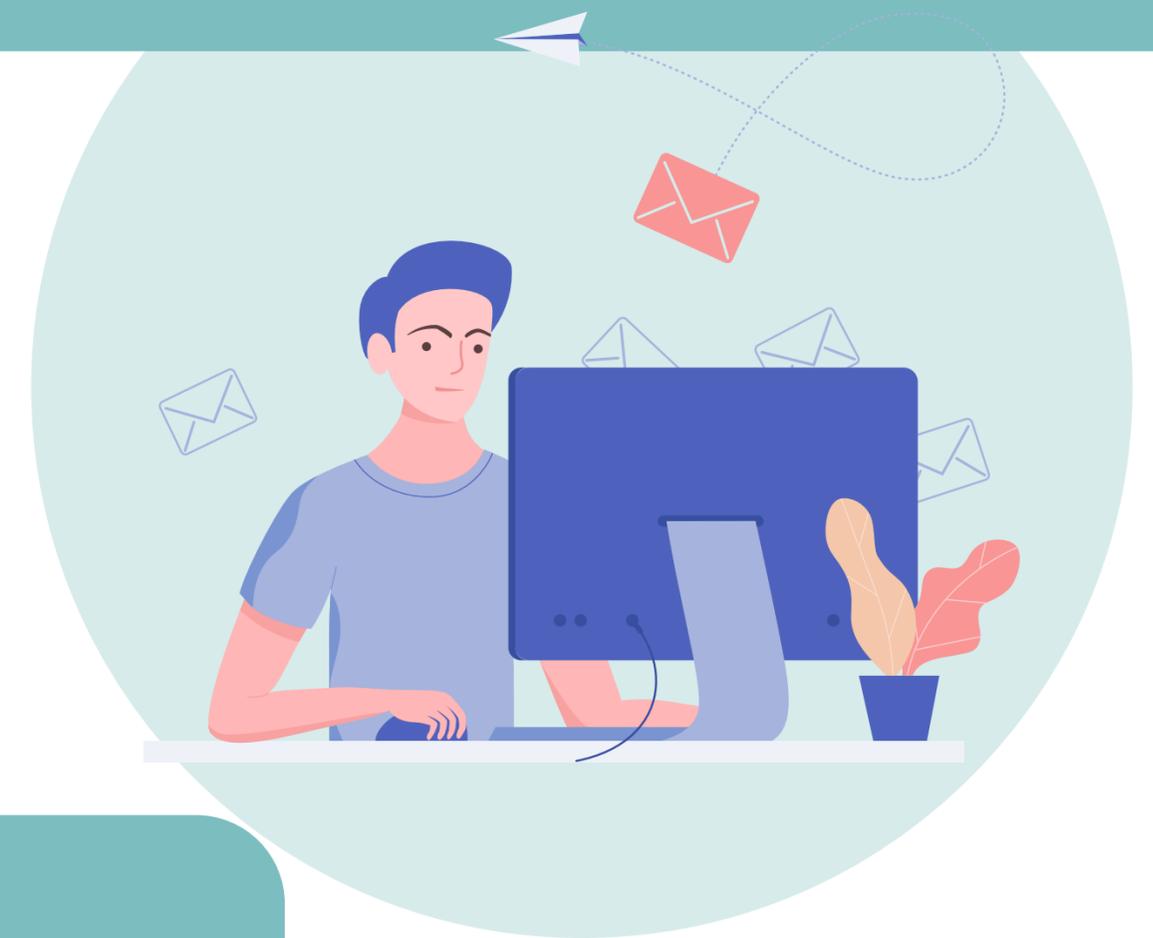


売れるメールマガジン & キャンペーン運用法

株式会社LibraCreation



目次

- 01 メールマガジンの基本
- 02 効果的なキャンペーンの計画
- 03 メールの書き方と工夫
- 04 顧客との関係を深める方法
- 05 成功した事例の紹介
- 06 連携性を持たせるポイント



1 メールマガジンの基本



メールマガジンとは

定期的に顧客に情報を提供し、関係を築く手段。

メールを通じての情報提供から
定期的にコミュニケーションをとることで、
ブランドの信頼性を高める。

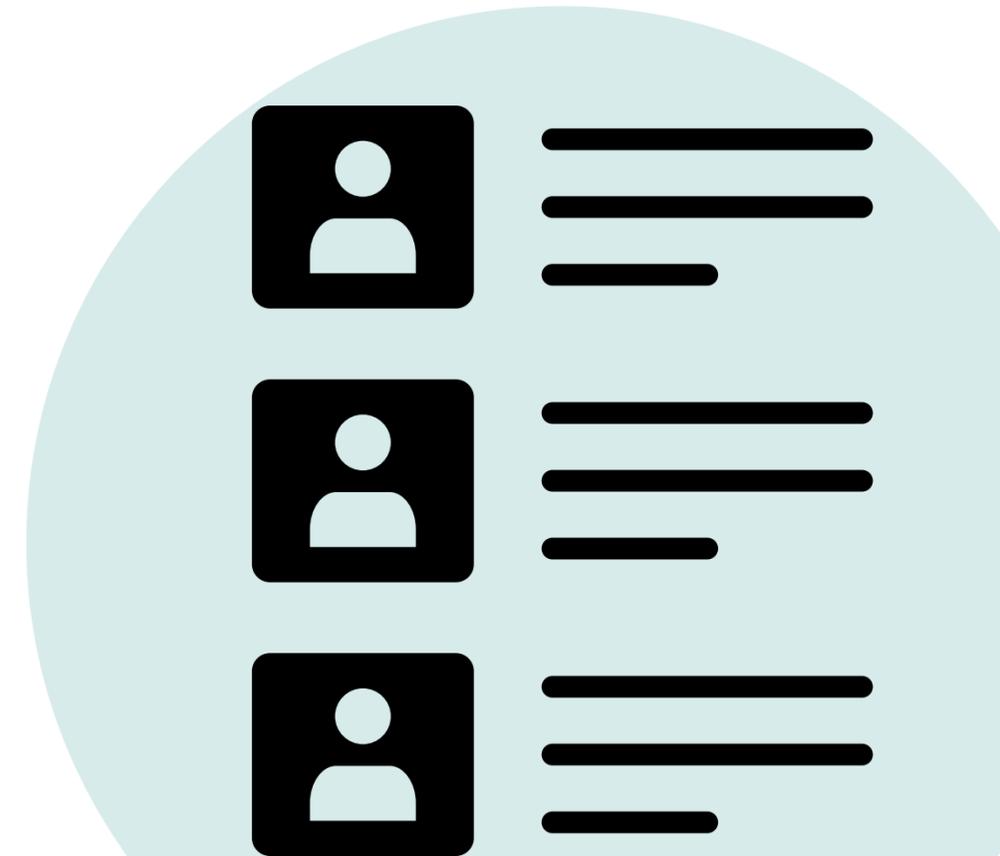


メールリストの作り方

お客様のメールアドレスを集める方法。

ウェブサイトやSNSで
お客様のメールアドレスを集める

Ex) 無料の電子書籍や特別なオファーを
提供してリストを構築。



コンテンツの作成

役立つ情報やニュースを提供する。

お客様にとって有益な情報を提供することが重要。

Ex) 業界の最新情報や特別オファー、
イベント情報など



2 効果的なキャンペーンの計画



目的の達成

何を達成したいのかを明確にする。

目標を明確にし、それに基づいて計画を立てる。

Ex) 特定の商品の販促、新規顧客獲得などの具体的な目標設定



対象の選定

誰に向けたキャンペーンなのかを決める。

ターゲットを明確にし、そのニーズや興味に合わせた内容を提供する。



スケジュール

いつキャンペーンを実施するかを計画する。

キャンペーンのタイミングは非常に重要。
季節やイベントに合わせて
適切な時期を選ぼう。



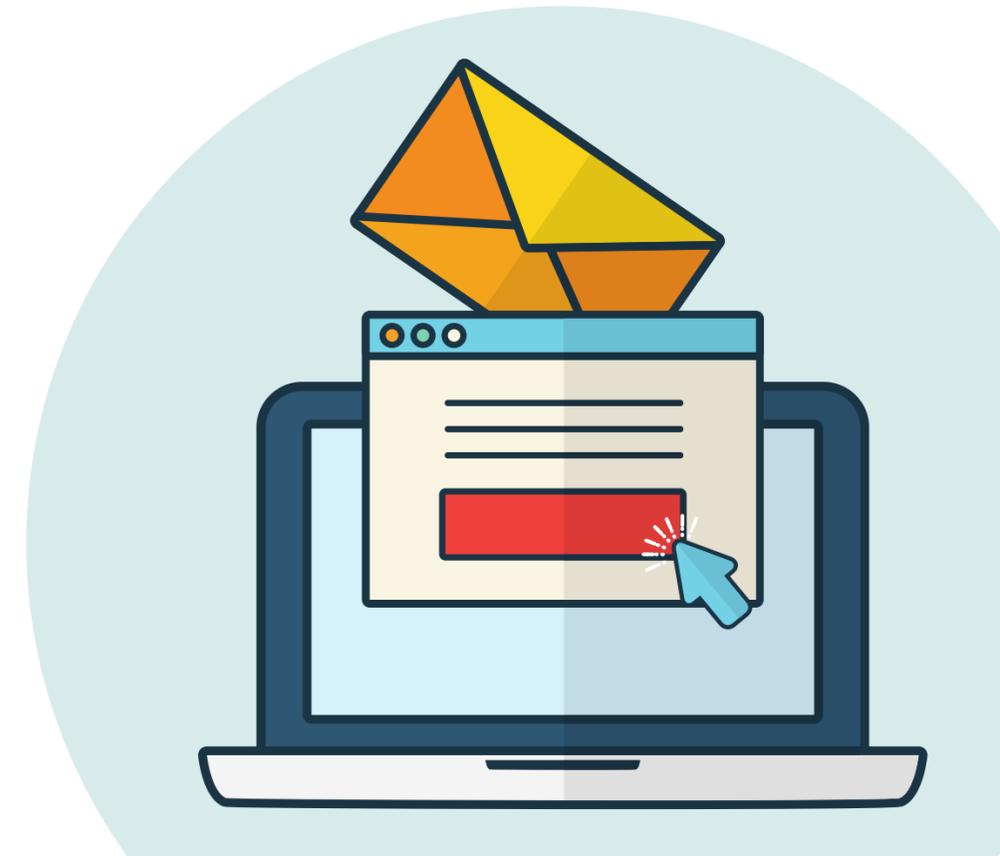
3 メール の 書 き 方 と 工 夫



メールの件名の工夫

開封率を高めるための工夫。

メールの件名は開封率に大きく影響。
興味を引くような短くわかりやすい件名を
考えよう。



メールの内容

読みやすく、興味を引く文章を書く。

本文は読みやすく、魅力的な内容を心がける。

- ・ 箇条書き
- ・ 画像

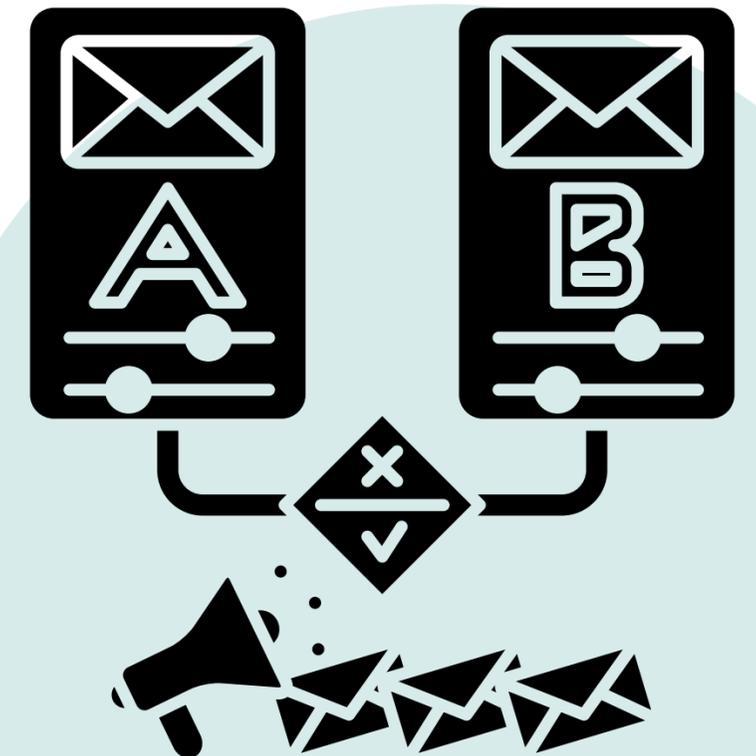
視覚的にも工夫してみよう。



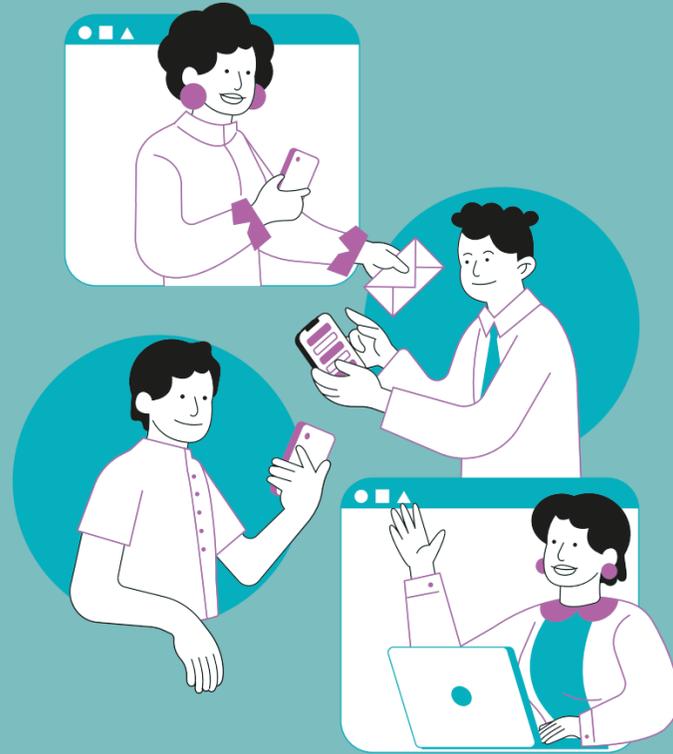
テストと改善

どのメールが効果的かを試してみる。

どの内容が効果的かを知るために、異なるバージョンのメールを送ってテストし、その結果をもとに改善を行う。



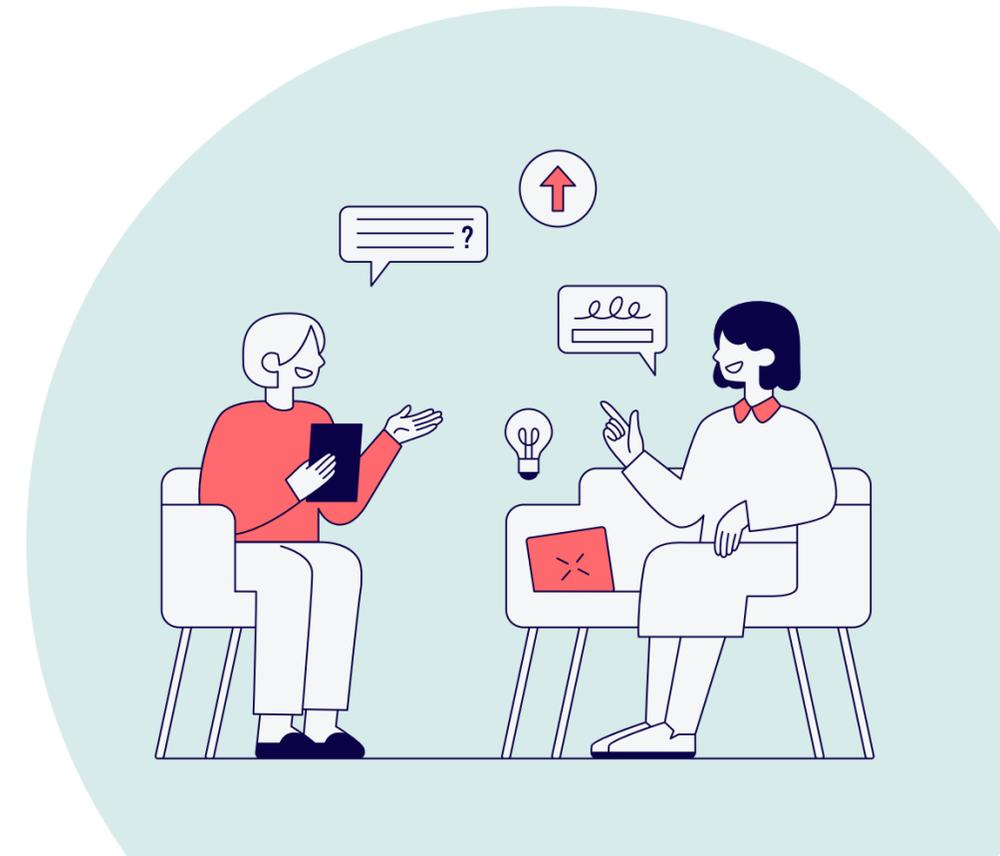
4 顧客との関係を深める方法



定期的なコミュニケーション

メールマガジンを通じて信頼を築く。

メールマガジンを通じて定期的にお客様とコミュニケーションを取り、信頼関係を築く。



参加型コンテンツの導入

アンケートやクイズで
お客様とのやり取りを増やす。

お客様が参加できる要素を
取り入れることで関心を高める。



フィードバックの活用

お客様からの意見を取り入れる。

お客様からのフィードバックを積極的に収集し、それを元にサービスや商品を改善する。

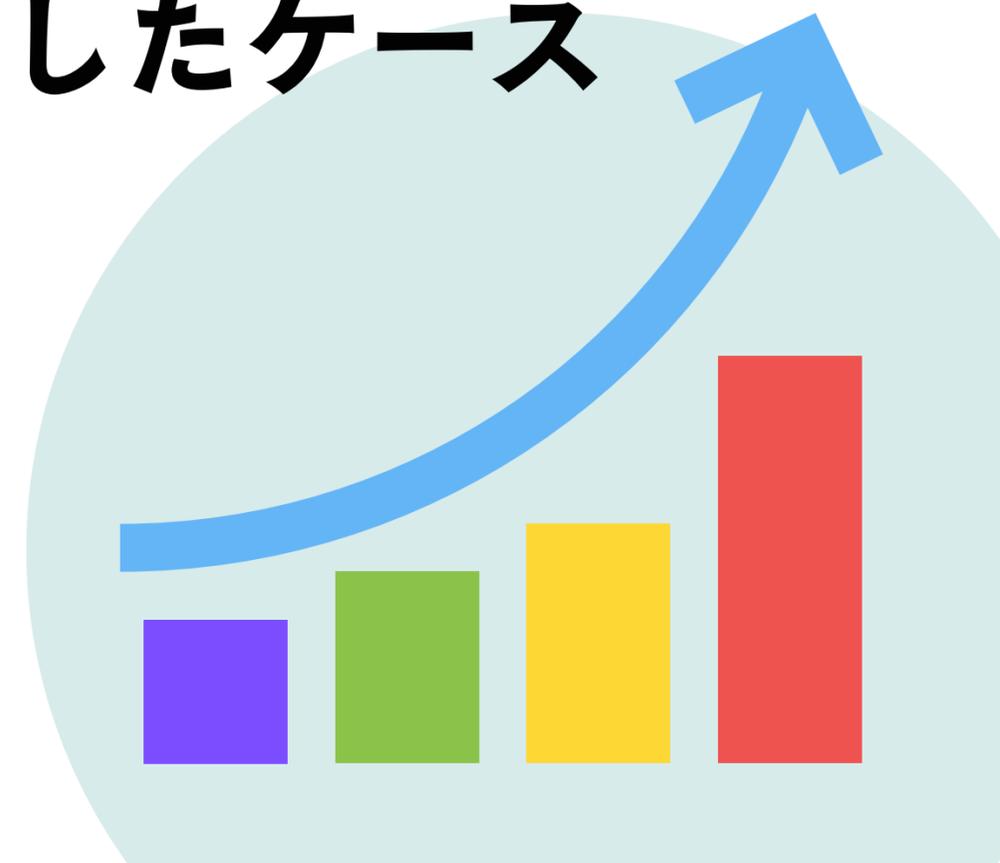


5 成功した事例の紹介



成功事例

1. メールマガジンで売上を上げたケース
2. キャンペーンで新規顧客を獲得したケース
3. 顧客との関係を強化したケース



6 連携性を持たせるポイント



キャンペーンとメルマガの連携

1. 一貫したメッセージ
2. 継続的なコミュニケーション
3. 事前告知と期待感の醸成
4. パーソナライズ
5. 参加型コンテンツ



END

