

企業向け販売促進 用途



各項目	目指すべき状態	推奨事項
配信グループ数	配信内容の違いや顧客属性の違いに応じて配信グループを分け、それぞれの配信グループ内で適正なアプローチが行えています。	商材、エリア、年齢、属性と傾向に合わせ、セグメントをしている。
メール認証	受信側サーバで“なりすまし”の判定を受けないように必要な対策をDNSサーバで設定しており、安心してメール配信が行える環境です。	<ul style="list-style-type: none">・SPFの設定・DKIM(作成者署名)の設定・STARTTLSの実装
配信回数	本当に伝えたい情報を厳選することが出来ており、内容が非常に濃く、読者が確実に読んでもらえる程、価値が高いメルマガと言えます。	イベントや曜日等を定め、ピンポイントで配信する
開封数(HTML)	簡潔で且つ話題性があり、読者が有益に感じるようなタイトルであり、最も伝えたい情報に絞った顧客が有益に感じる内容が作れています。	開封数が月1000回以上、テキスト形式の場合ではURLクリック数100回以上
データベース項目数	顧客のセグメントはもちろん、開封率やクリック率における傾向など、メールアドレスに紐づく様々な情報を保持させ、パーソナライズしたメールを配信する環境が作れています。	<ul style="list-style-type: none">・データベース項目数(21個以上を推奨)

※ 黄色の項目は重要課題と想定される項目です。