

配配ISが実施している メールマーケティング施策紹介

自己紹介

株式会社ラクス

クラウド事業本部 配配メール事業部

インサイドセールスチーム リーダー

中村 小太郎（なかむら ことろう）

出身 名古屋（単身赴任中）

前職 ボトルウォーターのレンタル販売

その他 「小太郎」は犬の名前(男の子)ランキング3位



施策紹介① メールのみで目的達成を目指す施策（難易度高）

ナーチャリングメール
(ホットリード抽出)

過去に停滞/失注した顧客に対して関係性継続を目的としたメール施策

セールスメール

商談獲得を目指すメール施策

Long(停滞)顧客メール

過去に停滞はしたが、次回行動予定日が確定している顧客に対してメールで追客や進捗確認を行う施策

アップセルメール

既存顧客に向けてアップセルを促す施策

ただし、いわゆる「メルマガ」の配信のみでアポ獲得するのは難しい

メールのみ

ナーチャリングメール	
接触率(%)	-
アポ率(%)	0
アポ後受注率(%)	0

メール×電話

クリック先架電	
接触率(%)	39.7
アポ率(%)	1.4
アポ後受注率(%)	22.0

ナーチャリング活動においてメールのみで態度変容させることはできなかった

成果を出すために「**メール×電話**」のような後追いの仕組みが必要

施策紹介② メールだけでなく電話もするとさらに効果的な施策（基本）

リスト架電

停滞/失注顧客をリスト化し架電で商談獲得を目指す施策

MQL

オウンドメディアやHPへ資料ダウンロードのフォームを設置
資料ダウンロードをきっかけに顧客情報の獲得を目指す施策

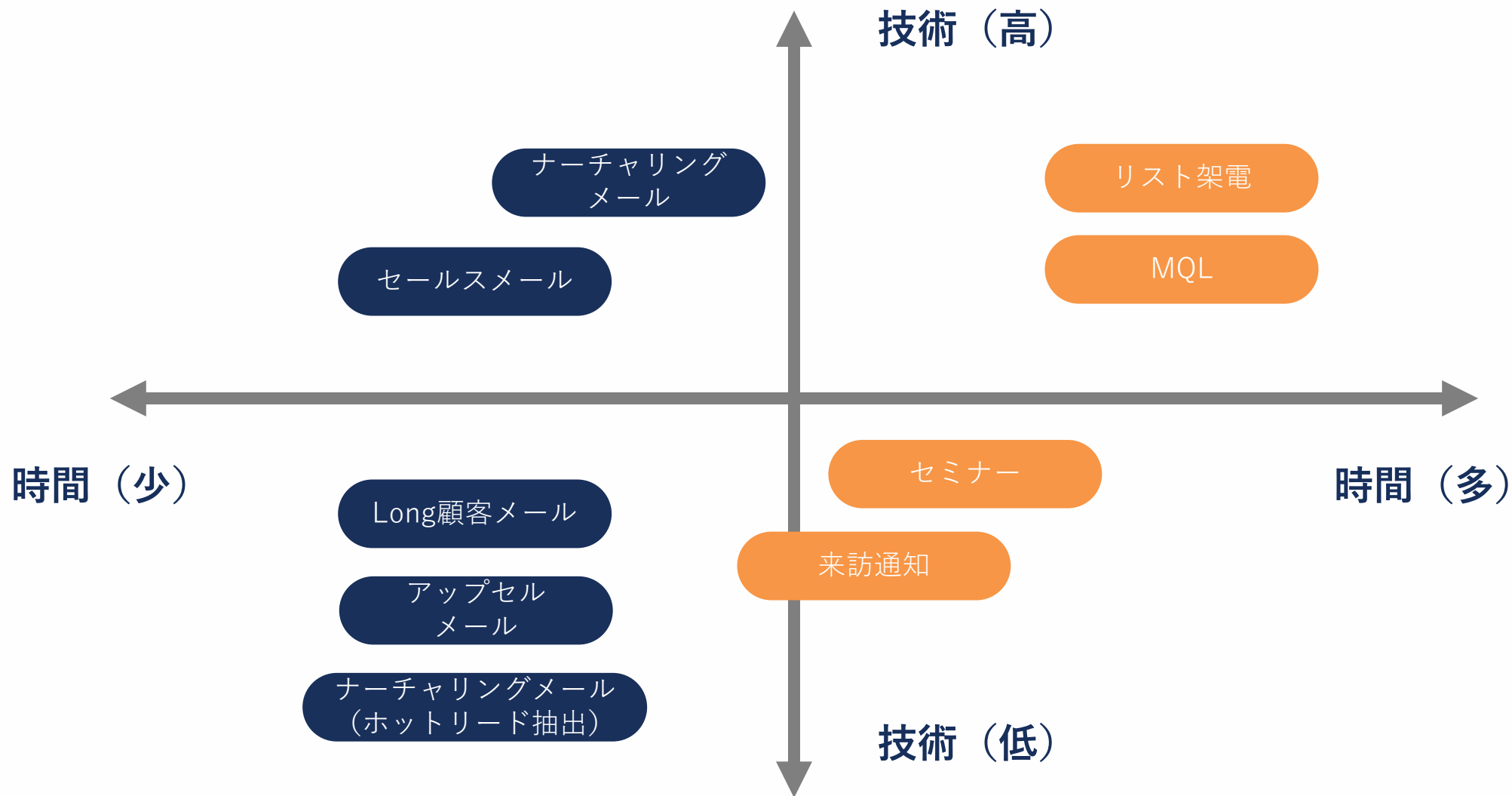
セミナー

セミナー開催を行い顧客情報の獲得を目指す施策

来訪通知

メルマガの反応者がHPへ来訪したタイミングで架電を行い、
商談獲得を目指す施策（最も効果が高い）

メール営業、メール×電話営業施策の実施難易度のマトリクス



各施策の実績

施策名	アポ率	電話	メール	時間	技術
リスト架電	1.7%	○	×	多	高
MQL	3.4%	△	×	多	高
セミナー	6.1%	△	○	多	高
Long(停滞)顧客メール	100.0%	×	○	少	低
アップセルメール	5.5%	○	○	少	低
ナーチャリングメール	1.7%	○	○	多	高
セールスメール	68.4%	△	○	少	低
来訪通知	7.8%	○	○	少	低
ホットリード抽出	2.8%	○	○	少	低

【質】を重視した商談を獲得したい方

施策名	アポ率	電話	メール	時間	技術
リスト架電	1.7%	○	×	多	高
MQL	3.4%	△	×	多	高
セミナー	6.1%	△	○	多	高
Long(停滞)顧客メール	100.0%	×	○	少	低
アップセルメール	5.5%	○	○	少	低
ナーチャリングメール	1.7%	○	○	多	高
セールスメール	68.4%	△	○	少	低
来訪通知	7.8%	○	○	少	低
ホットリード抽出	2.8%	○	○	少	低

Long(停滞)顧客向けメール配信

営業の追客優先度が下がった顧客をまとめてフォロー

Point!!

- ・ 担当営業の名前を差し込み、商談を思い出しやすくする
- ・ 「簡易的で構いません」と返信ハードルを下げる
- ・ 実施頻度は月1回

ご返信いただいたら内容にもよるが次の配信まで2ヶ月あける

ここがおすすめ!!

- ・ お客様の検討状況の把握/再商談の獲得が見込める
平均で返信10通、アポ2件獲得（リストは200~400件程）

件名：過日は大変お世話になりました

##_prop_1_##
##_prop_2_*_##

配配メール インサイドセールスチームの
##_prop_11_##です。

過日は弊社の##_prop_5_##より
「配配メール」をご紹介させていただき、
誠にありがとうございます。

その後、ご検討状況はいかがでしょう。

「検討再開のため改めて話を聞きたい」
「料金表が欲しい」など

簡易的で構いませんので、ご一報いただけますと幸いです。

どうぞよろしくお願いいたします。

～「配配メール」でメール配信をもっと効果的に、もっとラクに。～

##_prop_11_##

株式会社ラクス クラウド事業本部 配配メール事業部
〒151-0051

東京都渋谷区千駄ヶ谷5丁目2-5 リンクスクエア新宿 7F

TEL : 03-6675-3612

Mail : it-sc@rakus.co.jp

※今後、弊社からのご案内をご希望されない場合は、
誠にお手数ではございますが、
[こちら](#) から配信解除のお手続きをお願いいたします。

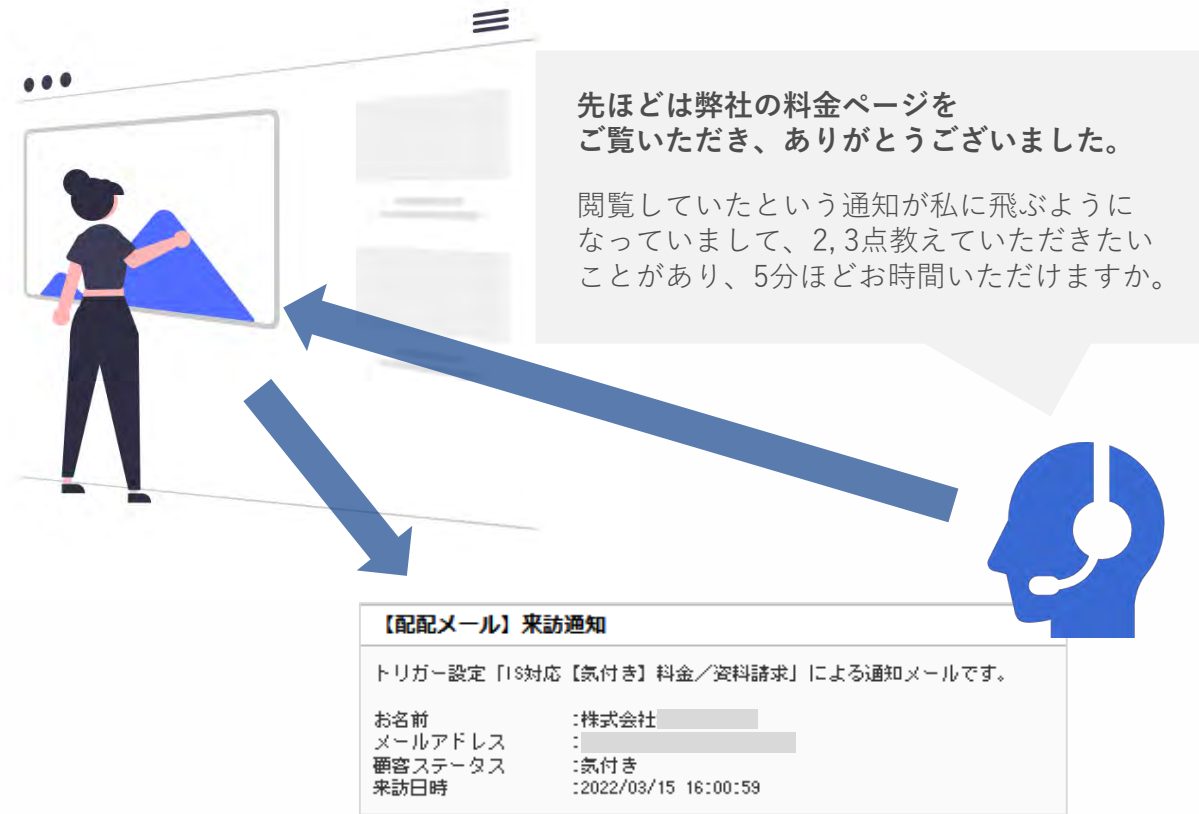
失注・休眠顧客のWebサイト来訪を検知したら架電する

Point!!

- ・ 検討中の方が来訪するページを考えて設定
弊社では「導入事例」と「料金」ページに設定中
- ・ 通知の発生条件、架電条件を増やしすぎない
架電できない量の通知がくる可能性がある

ここがおすすめ!!

- ・ 接触しやすい&アポがとりやすい
弊社実績では接触率65.5%、アポ率6.4%
対応件数は月あたり20-30件程度



直近10通でクリックなし顧客へメールを送りクリックされたら架電

Point!!

- ・ 情報提供メールを定期的に配信していることが前提
ある程度の配信頻度がないと検討タイミングを逃してしまう
- ・ 配信内容は自社サービスと関わる成功事例などがよい
弊社の場合他のコンテンツよりアポ率が1.3倍高くなる

ここがおすすめ!!

- ・ 検討再開した可能性が高い顧客をリスト化できる
- ・ ③のメルマガをクリック者架電のアポ率の2倍の効果

##_prop_1_##
##_prop_2_*_##

見た目は記事案内メールと同じ

配信メール インサイドセールスチームの
##_prop_11_##です。

我々インサイドセールスチームでは
2021年4月から2022年3月の約1年間にかけて
メール配信に関する様々な施策を行いました。

そこで、今回は数々の施策のなかで
効果的だった6つの施策をご紹介します。

記事をみる

各施策のポイントや実際の成果も
ご紹介しておりますので、ぜひご覧ください。

また、「メール」に関することなら
些細なことでも構いませんので、
お気軽にご連絡ください。
今後とも、何卒よろしくお願いたします。

【量】を重視した商談を獲得したい方

施策名	アポ率	電話	メール	時間	技術
リスト架電	1.7%	○	×	多	高
MQL	3.4%	△	×	多	高
セミナー	6.1%	△	○	多	高
Long(停滞)顧客メール	100.0%	×	○	少	低
アップセルメール	5.5%	○	○	少	低
ナーチャリングメール	1.7%	○	○	多	高
セールスメール	68.4%	△	○	少	低
来訪通知	7.8%	○	○	少	低
ホットリード抽出	2.8%	○	○	少	低

失注・休眠顧客にとって有益な情報をメールで定期的に案内する

Point!!

- ・ クリックできるURLをボタンで設置する
クリック者リストは架電先の候補にできる
- ・ 週1回は配信する
低頻度では認知やリマインドの効果が薄くなる

ここがおすすめ!!

- ・ 検討再開の問合せが発生しやすくなる
- ・ クリック者への架電でアポがとれる
弊社実績では接触率39.7%、アポ率2.0%

##_[顧客企業名]_##
##_[契約担当者氏名]様_##

アンケート回答依頼

配信メール インサイドセールスの##_[IS担当者]_##です。

##_[契約担当者氏名]様_## はマーケティングにおいて効果的な「リードナーチャリング」をご存知でしょうか。

受注や購入までのプロセスにおいて継続的なアプローチを行い、見込み客との関係性を構築していく「リードナーチャリング」は昨今非常に注目されています。そこで、今回はリードナーチャリングを徹底解説した資料をプレゼントいたします。

以下ボタンよりアンケートにご回答いただけますと自動返信で資料を送付いたします。

回答する

※設問4問（所要時間1分）

今後とも、何卒よろしくお願いいたします。

##_prop_1_##
##_prop_2_##

記事案内

配信メール インサイドセールスチームの##_prop_11_##です。

毎日様々なお客様と接しておりますが、我々のノウハウのなかでも「メールの作成方法」は特に関心をいただく内容です。

そこで、今回はメールの作成方法のなかでも作成時間を短縮できるコツをまとめましたのでご紹介いたします。

記事をみる

記事では実際に稼働削減につながった事例もご紹介しておりますので、ぜひご覧ください。

また、「メール」に関することなら些細なことでも構いませんので、お気軽にご連絡ください。今後とも、何卒よろしくお願いいたします。

セールスメール配信

失注・休眠顧客にシンプルにメールでアポ打診

Point!!

- ・ 件名は「過日は大変お世話になりました」

「先日は」長くても1ヶ月程度→失注・休眠顧客には違和感がある

- ・ 実施頻度は四半期に1回程度

購読解除率が0.25%を超えないように

ここがおすすめ!!

- ・ メールを送るだけでアポがとれる

平均で返信30通、アポ7件獲得

(リストは毎回9,000件程)

実際に送ったメール本文

```
##_[顧客企業名]_##  
##_[契約担当者氏名]様_##  
  
配信メール インサイドセールスの##_[IS担当者]_##です。  
  
過日は弊社の「配信メール」をご紹介させていただき、誠にありがとうございます。  
  
まだまだ在宅勤務も多く、弊社では営業が電話をしても  
ご担当者様と接触できないという問題がありましたが、  
メールと電話を組み合わせた営業活動によって、  
接触率とアポ率を大幅に改善した事例ができました。  
  
そこで、貴社のご状況をお伺いの上、営業課題の解決策となった  
「配信メール」のご紹介をさせていただければと存じます。  
  
候補日：11/24(水)～11/30(火)の平日9:00-18:00  
※##_[契約担当者氏名]様_##のご都合良い日程をご教示ください。
```

拡大

```
##_[顧客企業名]_##  
##_[契約担当者氏名]様_##
```

配信メール インサイドセールスの##_[IS担当者]_##です。

過日は弊社の「配信メール」をご紹介させていただき、誠にありがとうございます。

まだまだ在宅勤務も多く、弊社では営業が電話をしても
ご担当者様と接触できないという問題がありましたが、
メールと電話を組み合わせた営業活動によって、
接触率とアポ率を大幅に改善した事例ができました。

そこで、貴社のご状況をお伺いの上、営業課題の解決策となった
「**配信メール**」のご紹介をさせていただければと存じます。

候補日：11/24(水)～11/30(火)の平日9:00-18:00

※##_[契約担当者氏名]様_##のご都合良い日程をご教示ください。

こんなお悩みありませんか？



お返事お待ちしております。
何卒宜しくお願い致します。

～「配信メール」でメール配信を布くと効果的に、もっとつづいて～

##_[IS担当者]_##
株式会社ラクス クラウド事業本部 配信メール事業部
〒151-0051 東京都渋谷区千駄ヶ谷5丁目2番1号ラクスビル新館7F
TEL : 03-6675-3612 Mail : info@rakus.co.jp

※今後、弊社からのご案内をご希望されない場合は、種にお手数ではありますがお断りいたします。
ご返信から配信解除のお手続きをお願いいたします。