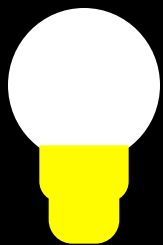


The logo consists of a black circle containing the word "Benchmark" in a white, cursive script font, with the word "JAPAN" in a smaller, white, sans-serif font directly below it.

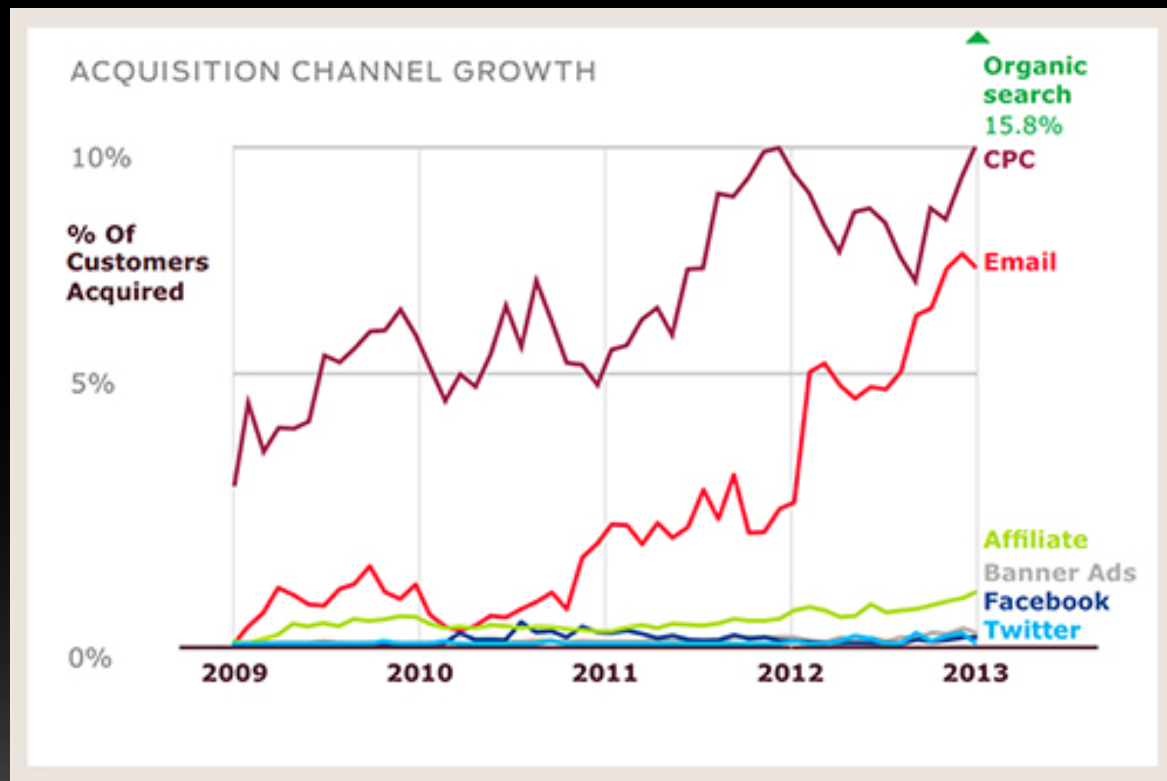
*Benchmark*  
JAPAN

# 顧客との継続的な関係性を深めるメール活用法

<http://www.benchmarkemail.com/jp/>



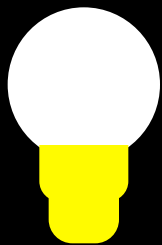
# メールの効果



参照:Custora.Inc

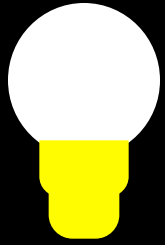
購買時に経由されたプラットフォーム比較

100店舗以上 全購入者7000万 **7%**がメール



# 業界別平均開封率

業種	開封率	業種	開封率
就活、人材サービス	3.9%	ペット、動物産業	14.2%
趣味	4.2%	ITサービス	14.8%
金融	6.6%	レジャー、トラベル	14.8%
政治、政治団体	8.2%	スポーツ、フィットネス	14.8%
レストラン、娯楽施設	9.2%	組合、団体	15.2%
法律	11.1%	家庭向けサービス	15.2%
コンピューター、ソフトウェア	11.2%	マーケティング、広告	15.4%
ヘルスケア	11.9%	科学	16.1%
教育	12.1%	住宅(家具、食器)	16.4%
ファッション、美容	12.2%	オフィス用品、サービス	18.4%
建築、建設	12.3%	食品、農業	18.6%
不動産	12.9%	美術館、ギャラリー	18.7%
健康食品、サプリメント、医薬	13.0%	セキュリティ	19.2%
エンターテイメント	13.2%	アート、美術	20.4%
報道、出版	13.5%	製造	28.7%

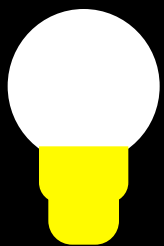


## 各ツールの平均宣伝効果

**FB:** ファン全体の**平均6%**にタイムライン上で表示  
ファンが**1000人**いた場合**60人**のタイムラインで表示

**Twitter:** フォロワーの**平均0.5%**がクリック  
フォロワーが**1000人**いた場合**5人**がクリック

**メルマガ:** 購読者の**平均15%**前後が開封、**3%**がクリック  
**1000人**に送信した場合、**150人**が開封、**30人**がクリック

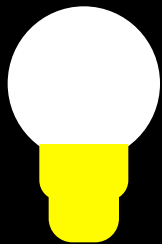


受信されるメール

**50通/日**

**1通**

**30秒以下**



**ビジュアルインパクト**

**すぐ見てわかる**

**ホームページへの動線**

**パーソナライズ**

**顧客の属性と一致**

**必要な情報の提供**

配信先(ターゲット)で異なる  
目的を明確にする。

支援者: イベント参加者

ユーザー: 問い合わせ客

顧客: 見込客(展示会名刺交換)

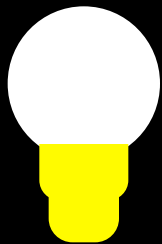
購入者: 無料サンプル送付者

**反応や効果をより高める  
比較テスト(ABテスト)を実施しよう**



# 必ず一つの項目ずつ行う

最も多く行われるテスト = 件名  
開封率への影響 = 差出人名  
クリック率への影響 = 配信時間



## 5つのチェック項目

- ① 差出人名
- ② 配信時間
- ③ 件名
- ④ コンテンツ
- ⑤ 頻度

①②は**テクニック**。③④は**目的**の為の。

# ① 差出人名

企業名／代表者名／担当者名(男女/名字)／業種+ブランド名

(企業名／サービス) 無印良品

(代表者) 株式会社ベンチマークジャパン 林良亮

(サービス+女性) Jimdo 谷津 玲於奈

(サービス+男性) Jimdo 駒井 健生

(サービス+名字) Jimdo 駒井

(業種+ブランド名) コーヒー専門店 やなか珈琲店

(会社名+ブランド) 土屋鞆製造所 Tsuchiya.club

## ② 配信時刻

朝（7時～10時）

昼（11時～13時）

夕方（16時～18時）

夜（19時～22時）

※時間は、あくまで目安です。

配信時刻によって、**1.3倍(135%)**のクリック率

### ③ 件名

**ブランド名**

**(会社名／団体名／サービス名)**

**パーソナライズ**

**(差込)**

**メリット訴求**

**(コレを読んだら／買ったら)**

**緊急性**

**(何時締切)**

**限定感**

**(地域限定／新規ユーザー限定／特定商品購入者限定etc)**

### ③ 件名

ブランド名

(会社名／団体名／サービス名)

パーソナライズ

(差込)

メリット訴求

(コレを読んだら／買ったら)

緊急性

(何時締切)

限定感

(地域限定／新規ユーザー限定／特定商品購入者限定etc)

# A/Bテスト結果

表示名	Benchmark Email Japan	vs.	Benchmark Email Japan
件名	メール配信をより効果的に利用するニュースレター2014年6月号【Benchmark Email】	vs.	[contact_attribute:lastname]様 メール配信をより効果的に利用するニュースレター2014年6月号【Benchmark Email】
送信メール総数	33	vs.	33
開封項目 (1ポイント)	11 (10)	vs.	18 (17)
クリック項目 (3ポイント)	15 (9)	vs.	15 (12)
合計ポイント	26	vs.	33

パーソナライズされた件名は、**1.6倍(163%)**の開封率

### ③ 件名

ブランド名

(会社名／団体名／サービス名)

パーソナライズ

(差込)

メリット訴求

(コレを読んだら／買ったら)

緊急性

(何時締切)

限定感

(地域限定／新規ユーザー限定／特定商品購入者限定etc)



# オファーの期限が「ある」「ない」

## 送料無料セールのプロモーション例

送ったメールの件名には、**送料無料をアピールしたものと、  
送料無料セールの期限がある二つのバージョン**を用意。

- A 【明日まで送料無料！】家具から雑貨までお得なキャンペーン実施中
- B 家具も雑貨も送料無料に！お得なキャンペーンがはじまりました。

開封率はAが**14.50%**、Bは**9.25%**となり、オファーの期限がある件名の方が、**5.25%**も上回る結果となった。

## ④ コンテンツ

複数:単数

画像:テキスト

導入文あり:導入文なし

## ④ コンテンツ

**複数:単数**

**画像:テキスト**

**導入文あり:導入文なし**

# 複数コンテンツ



私のメール開封率って実は低いのかなあ？  
業界別平均開封率をチェック！

- 業界別に見る開封率平均値 -

開封率という言葉、メール配信を一度でも経験した事のある方なら聞いたことがあると思います。開封率とは配信されたメール総数から開封された数を割った%のことを指します。

[続きはこちら](#)



メール配信は育てる時代へ  
- A/Bテストを利用しメールを常に改良し続ける -

上のブログで開封率をチェックしたら、次は開封率改善策を講じるのもいいかもしれませんね。ですが一人で良案を見出すのはとても大変です。そんな時はA/Bテストを活用してみるのもいいかも知れません！

[続きはこちら](#)

# 単数コンテンツ



私のメール開封率って実は低いのかなあ？  
業界別平均開封率をチェック！

- 業界別に見る開封率平均値 -

開封率という言葉、メール配信を一度でも経験した事のある方なら聞いたことがあると思います。開封率とは配信されたメール総数から開封された数を割った%のことを指します。

[続きはこちら](#)

Facebook、Twitterも鋭意製作中

メールマーケティングに関するブログやユーザー会、セミナーの様子、はたまたスタッフの趣味まで公表しております。「フォロー」・「いいね」よろしくお願いします！



過去のニュースレターをアーカイブでチェック！

# A/Bテスト結果

## A/Bテスト結果 - テストグループB

	テストグループA BME 8月Newsletter [expired free client用] 第2案 コピー	vs.	テストグループB BME 8月Newsletter [expired free client用] 第2案 a/bテストなし コピー
送信メール総数	312		312
開封項目 (1ポイント)	56 (50)		72 (60)
クリック項目 (1ポイント)	4 (4)		8 (8)
合計ポイント	60		80

複数コンテンツと比較して、**2倍(200%)**のクリック率

## ④ コンテンツ

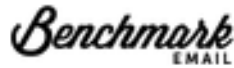
複数:単数

画像:テキスト

導入文あり:導入文なし

# 画像

# テキスト



## メール配信事例紹介

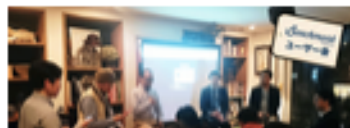


ウェブサイト構築にも一役買う！メールマガジン配信が可能にさせるマーケティングと確固たる裏づけ。

今回はご馳走をお届けするサービスとしてお弁当デリバリーが出来る『ごちクル』を展開しているスターフェスティバル株式会社様の事例をご紹介します。HTMLメール配信を始めてからウェブサイトの構築もスムーズに行う事が出来る様になったと語ったのはマーケティング部の佐藤様。またメール配信を行う様になり、そこからのカタログ請求数が8倍に増えたとも！その真相やいかに！？

理由を知りたい方はブログへアクセス

## 第2回Benchmark Emailユーザー会 レポート



11月11日にBenchmark Email 第2回ユーザー会を開催しました。当日は現在配信しているメールの悩みや改善点をシェアしながら、より効果の高いメール配信案を会場にお越しのみなさんと話し合いました。ブログ

Benchmark Email からメールマーケティング情報を発信、11月の『月刊Benchmark』です。

今月のCONTENTS

- ①フィーチャード・ユーザー企画
- ②今月の一押しブログ：【Benchmark Email】第2回ユーザー会レポート
- ③Facebook、Twitterも鋭意製作中！

①フィーチャード・ユーザー企画  
ウェブサイト構築にも一役買う！メールマガジン配信が可能にさせるマーケティングと確固たる裏づけ。

今回はご馳走をお届けするサービスとしてお弁当デリバリーが出来る『ごちクル』を展開しているスターフェスティバル株式会社様の事例をご紹介します。HTMLメール配信を始めてからウェブサイトの構築もスムーズに行う事が出来る様になったと語ったのはマーケティング部の佐藤様。その真相やいかに！？

詳細ページはこちら：<http://www.benchmarkemail.com/jp/blogs/detail/featured-users-interview-to-gotikuru-of-starfestival>

②今月の一押しブログ：【Benchmark Email】第2回ユーザー会レポート

11月11日、Benchmark Email第2回ユーザー会を開催しました。会場では、食事を囲みながら現在配信しているメールの悩みや改善点をテーマに会場にお越し頂いた皆さんでディスカッションを行いました。こちらのブログではディスカッションの一部を紹介しています。配信のヒントがあるかもしれません。

詳細ページはこちら：<http://www.benchmarkemail.com/jp/blogs/detail/user-meet-up-report-20141111>

③SNSも鋭意製作中！

Benchmarkではブログ、Twitter、Facebookを運営しております。メールマーケティングに関するデータやニュース、Benchmark Emailの上手な利用方法、またはユーザー会、セミナーの様子、はたまたスタッフの趣味まで公表しております。「フォロー」・「いいね」よろしくお願ひします。

ブログ：<http://www.benchmarkemail.com/jp/blogs>  
Twitter：<http://www.twitter.com/BenchmarkJP>  
Facebook：<http://www.facebook.com/benchmarkemailjapan>

過去のニュースレターもアーカイブからご覧いただけます。  
詳細ページ：<http://archive.benchmarkemail.com/Benchmark-Email37>  
メール配信に関するご質問ご相談などございましたら、お気軽にご質問下さいませ。

株式会社ベンチマークジャパン Benchmark Emailサポート  
Mail: [Japan@benchmarkemail.com](mailto:Japan@benchmarkemail.com)  
TEL: 03-4550-6805 (土日祝日・年末年始を除く10:00~17:00)  
〒151-0051 東京都渋谷区千駄ヶ谷5-33-3 3F

## ④ コンテンツ

複数:単数

画像:テキスト

導入文あり:導入文なし



# 導入文なし

# 導入文あり

Benchmark  
EMAIL



## メール配信事例紹介

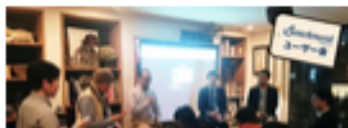


ウェブサイト構築にも一役買う！メールマガジン配信が可能にさせるマーケティングと強固たる裏づけ。

今回はご馳走をお届けするサービスとしてお弁当デリバリーが出来る『ごちクル』を展開しているスターフェスティバル株式会社様の事例をご紹介します。HTMLメール配信を始めてからウェブサイトの構築もスムーズに行う事が出来る様になったと語ったのはマーケティング部の佐藤様。またメール配信を行う様になり、そこからのカタログ請求数が8倍に増えたとも！その真相やいかに！？

理由を知りたい方はブログへアクセス

## 第2回Benchmark Emailユーザー会 レポート



11月11日にBenchmark Email 第2回ユーザー会を開催しました。当日は現在配信しているメールの悩みや改善点をシェアしながら、より効果の高いメール配信案を会場にお越しのみなさんと話し合いました。ブ

Benchmark  
EMAIL

Website | Facebook | Twitter | Blog | Login

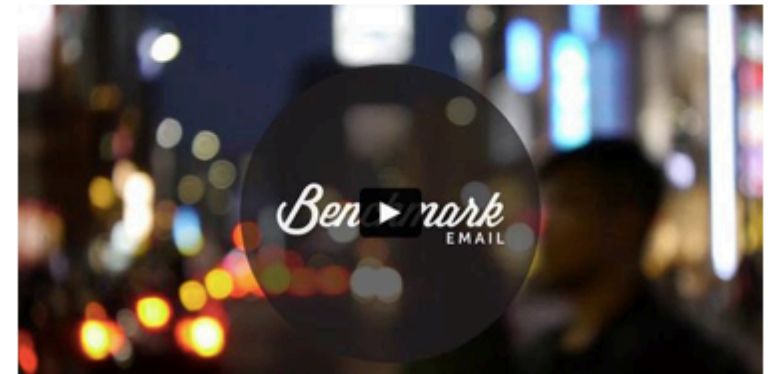
今年も残すところ後わずか。  
1年でも最も忙しい時期を過ごされている方も多いのではないでしょうか？

今年最後となる今回のBenchmark Emailニュースレターは内容盛りだくさんでお届け致します。メール配信のヒントあり、実際に配信されているメールを分析したり、ゲストブロガーにユーザー会ビデオに。是非お読みください！

-今月のコンテンツ-

1. 参加者満足度95%以上！Benchmark第2回ユーザー会 レポート
2. Benchmark限定シリーズ『中小企業が今押さえるべきメールマーケティングの基礎』
3. 気を付けなければいけない短縮URLの利用
4. 新シリーズ『HTMLメールデザイン成功事例』
5. SEKAI LAB TIMES編集長がお届けする「サウンドメディア活用術」
6. 今月の人気ブログ『離れた顧客を呼び戻す7つのメール戦略』
7. 新年の挨拶にぴったり、年賀メールテンプレート

## Benchmark Email第2回ユーザー会



# 必要な内容を理解し正しい頻度で配信

## ⑤ 配信頻度

毎日

複数回／週

週1回

隔週

月1回

年4回(四季の挨拶)

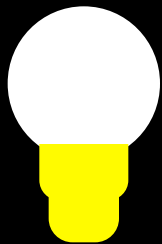
**受け手**はサービス／企業／団体により異なります。

情報の受け手を「**考え**」「**分析(テスト)し**」  
**目的を明確にし、正しい情報**をみつけましょう。

**正しい情報**であるか？ **必要な情報**であるか？は、  
それぞれの**受け手が判断出来る事**です。

また**属性**により異なる事も認識しておきましょう。

配信結果を毎回確認し**PDCA**サイクルを繰り返し行い  
**信頼関係**を築ける**メールマーケティング**を実施しましょう。



## 3つの数値指標

- ① 開封
- ② クリック
- ③ コンバージョン(成約)

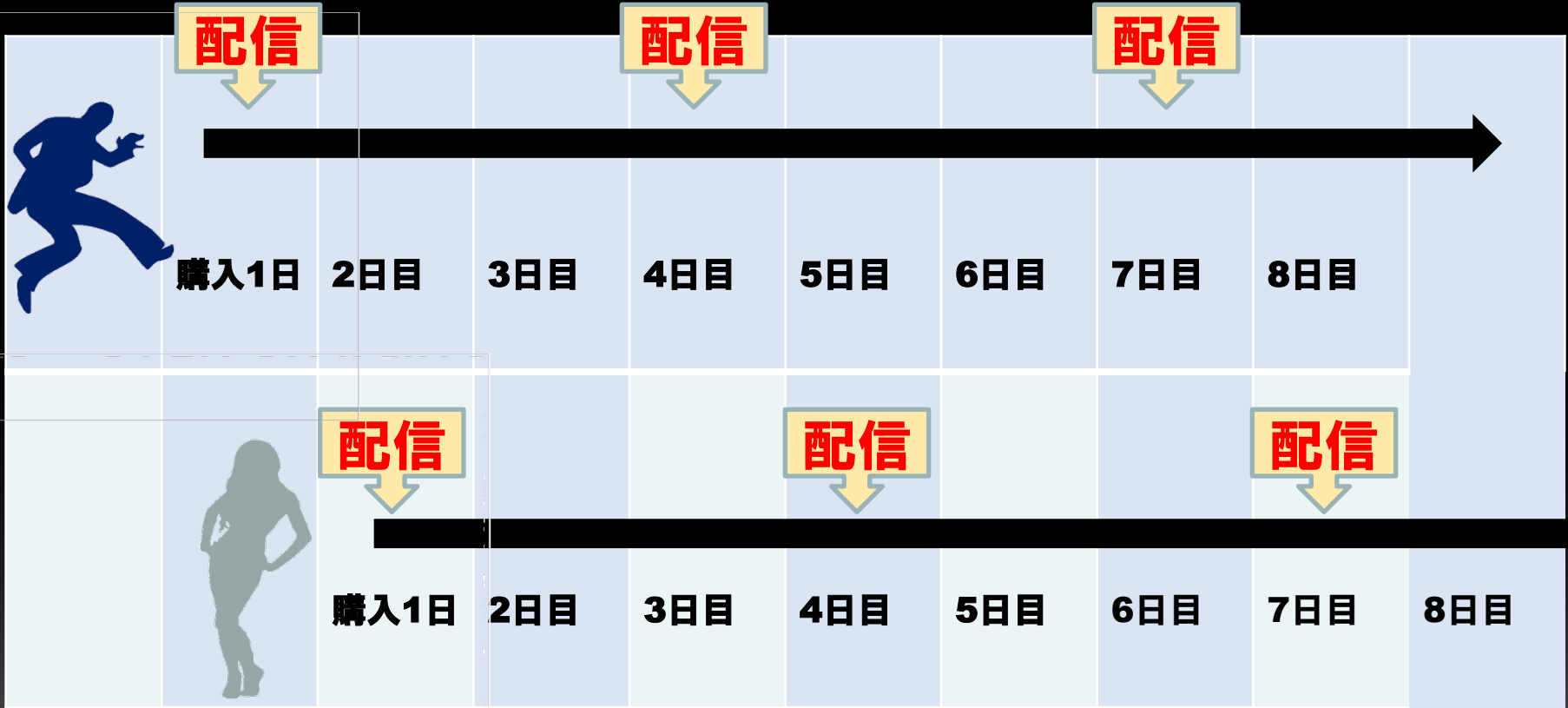
# ステップメールの特徴

リピーター／成約率

関係性(エンゲージメント)

ブランディング

会員獲得



# ステップメール具体例:

**Thank you**

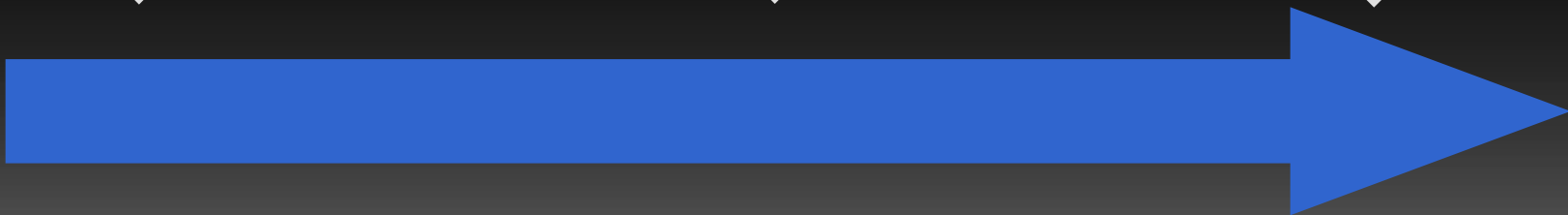
商品購入  
ありがとうございました

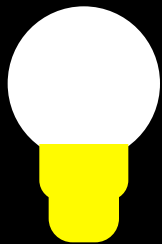
**知識**

産地や種類による  
味の違い

**提案**

ソムリエによる  
ワイン提案





## ステップメール

**購入日を基準とした自動配信  
次の購入までのサイクル**

**メルマガ登録日を基準とした自動配信  
コンバージョンまでのサイクル**



リストの活性化



ステップメール

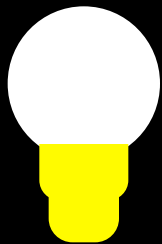
*Benchmark*  
EMAIL

メールングリスト

*Benchmark*  
EMAIL



正確な配信



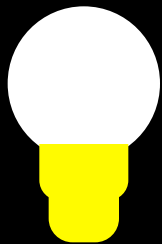
## リピーター獲得のヒント

顧客に有益な情報を配信

購読の習慣化

ブランディング

サービスを押し付けない



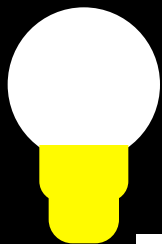
## リピーター獲得のヒント

顧客に**有益な情報**を配信


購読の**習慣化**

ブランディング

サービスを**押し付け**ない



# Zapposの事例

A screenshot of an email from Zappos.com. The header includes the Zappos logo, the tagline 'POWERED by SERVICE™', and promotional text: 'FREE Shipping Both Ways · 365-Day Return' and 'CUSTOMER SERVICE 1-800-927-7671 · 24 Hours & 365 Days A'. Below the header is a navigation bar with links for 'Shoes', 'Clothing', 'Bags & Handbags', 'New Arrivals', 'Clearance', 'Brands', and 'More'. The main body of the email has a subject line 'Whoa, Nellie! Have We Got A Surprise For You!' and a greeting 'Hello Ryan!'. The text explains that the shipping time frame is being upgraded from standard to expedited shipping at no cost to the customer as a thank-you gesture.

**Zappos.com** POWERED by SERVICE™  
**FREE Shipping Both Ways · 365-Day Return**  
CUSTOMER SERVICE 1-800-927-7671 · 24 Hours & 365 Days A

Shoes | Clothing | Bags & Handbags | New Arrivals | Clearance | Brands | More

**Whoa, Nellie! Have We Got A Surprise For You!**

Hello Ryan!

Although you originally ordered Standard Shipping, we're upgrading the shipping time frame for your order. It will ship out today, so you'll get it even faster than we originally promised! It's kind of like we waved our magic wand!

Please note that this is being done at no additional cost to you. It's our way of saying thanks for being our customer.

参照:Zappos URL:www.zappos.com

感謝メールで関係性を構築  
購入したユーザーへ、次回は「当日配送」特典

当たり前かもしれませんが  
送り過ぎは**NG**です



**【オンラインセミナー】 毎週水曜午前10時より開催！  
Benchmark Emailがわかるオンラインセミナー**

**【品川】 5/21開催！HTMLメールをゼロから作成しよう！  
実践型ハンズオンセミナー**