

メルマガマスター講座

9.運用実践編

メルマガ運用の流れ

ステップ1

集客

**LP、DM、
名刺交換、
チラシ、
FAXDM、
既存客等**

ステップ2

**ステップ
メール**

**定型のメー
ルを数日間
配信**

ステップ3

**日刊
メルマガ**

**日々発信す
るメルマ
ガ、オファ
ーメール**

1回作ればあとは調整・改善

ステップ1

集客

LP、DM、
名刺交換、
チラシ、
FAXDM、
既存客等

ステップ2

ステップ
メール

定型のメー
ルを数日間
配信

毎日の運用

ステップ3

日刊
メルマガ

日々発信す
るメルマ
ガ、オファ
ーメール

メルマガ配信スタンド

おススメは、この2つ

- **マイスピー**
機能が充実
- **エキスパ**
機能が充実していて、直感的に使いやすい

LPの活用

HPとLPの違い

HP

LP

HPとLPの違い

HP

リンクがたくさんあるもの

LP

リンクが無いもの

HPとLPの違い

HP

リンクがたくさんあるもの

受付（ただの対応）

LP

リンクが無いもの

営業マン（売上、新規客）

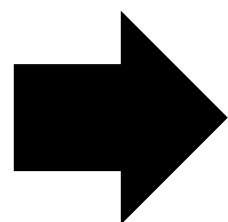
目標を1つに絞る

リンクがたくさんあると、
他に目移りしてしまう、
長い文章を最後まで読めない、
つまり目標が達成出来なくなる

ステツプメール

ステップメールの目的

- 初めてのお客さんと関係を築く
- メールを読んでもらう習慣を作る
- 商品を販売する、セミナーに参加してもらう

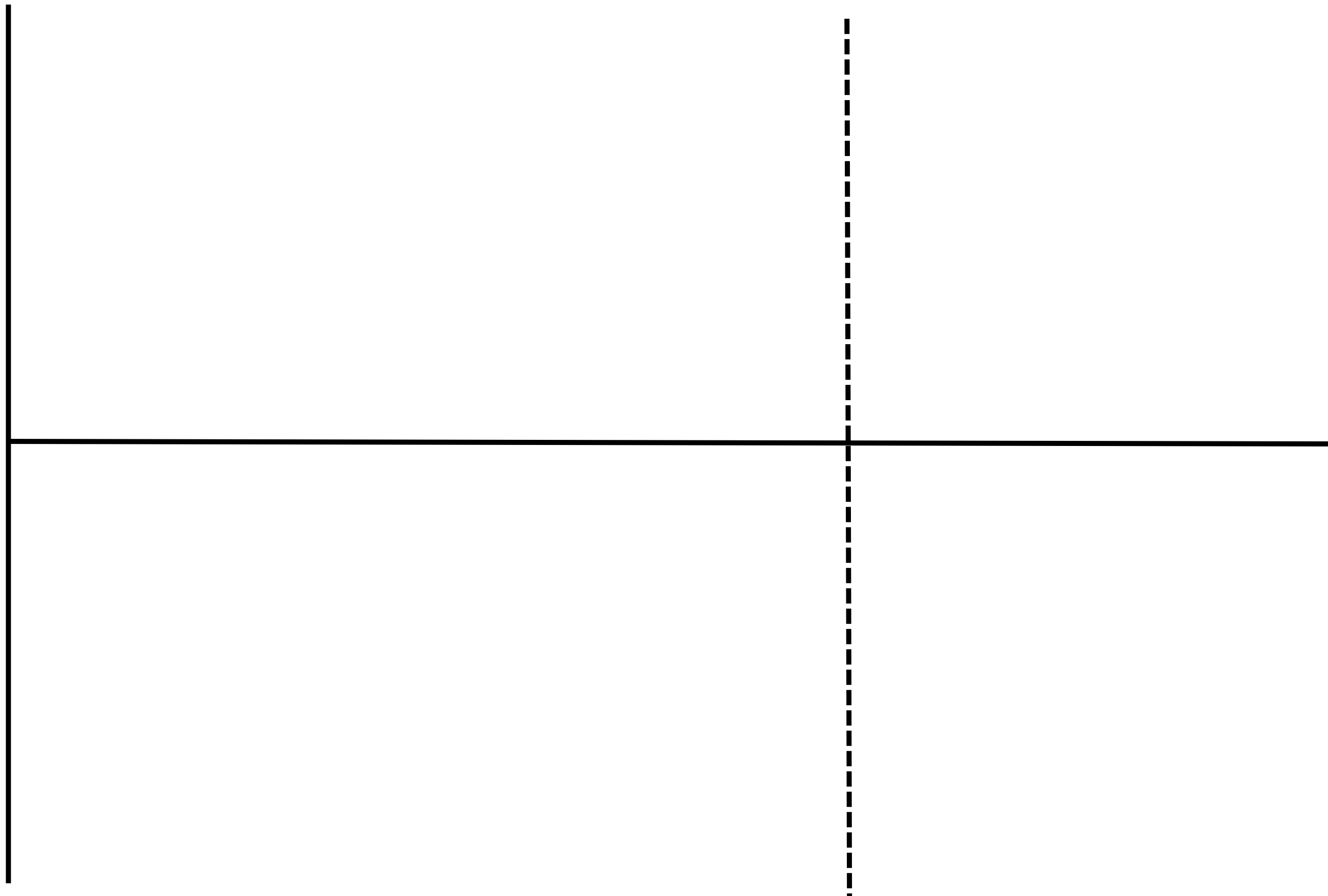


コンタクト

ヒンタメ

ステップメールの期間

日刊メルマガの期間



リスト獲得法

獲得方法の種類

LP、DM、
名刺交換、
チラシ、
FAXDM、
既存客等

読者集めのポイント

メルマガの読者を集めようと思うと集めにくい
無料レポートなどの特典を作って
請求してもらう

レポート作成の手順

- ① レポートを作る（15000～20000文字位）
- ② セールページを作る
- ③ リストを集める

リスト獲得LP

図解

運用のポイント

一般論

**月曜日の午前中、金曜日の夕方はメールを
読まれる確率が低くなるので、オファーを
持ってこない**

テスト・テスト・テスト

- メールを出す時間
- メルマガとオファーメールの割合
- メルマガを出すタイミング

おススメの習慣

次の日にメルマガで書くことを
前日に考えておく

メルマガとは関係性作り

**SNSなども一緒ですが、数が多い事も重要です。
でも、最も大切なのは、関係性を築けている数が
どれだけあるか。**

A hand wearing a black leather glove is holding a white document. On the document, there is a red rectangular stamp with the words "TOP SECRET" in a bold, sans-serif font. The document is held above a red metal container, which has a silver handle. The background is dark, and the lighting is focused on the document and the hand.

TOP SECRET

上級編

サンクスページ

絆を作る前だけど...

メールアドレスを登録したという事は
興味があって登録してくれた
何か申し込むタイミングは
違う何かを申し込むチャンスでもある

キャンペーン
+ アルファ

ついでにもう 1 個

ネットショッピングで買い物をした時に
『この商品を買った人は
こんな商品も買っています』
というページと同じ手法

セグメント

見込み客と既存客

一度購入してくれた既存客と
見込み客で
送るキャンペーンを分ける

見込み客のセグメント

興味を調べる内容のメールで
セグメントし
興味のある内容のキャンペーンを送る

興味を探る例

- 2022年に見られた動画TOP10
- 盆休みに押さえたい動画TOP10
- テーマ別無料レポートキャンペーン
- 危険度診断（クイズ形式）
- キャンペーン+アンケート

ステップメールで販売

短期間で今すぐ客へ

ステップメールを利用して
そのうち客から、今すぐ

ステップメール 参考例①

- 1通目** あいさつ、プロフィール、権威付け。共感出来るストーリー。無料プレゼントを渡す
※この人の話は聞く価値があるのか？
- 2通目** 無料プレゼントの念押し。問題提起、失敗のストーリー（共感）
※失敗談など
- 3通目** 問題提起、逆転のストーリー（問題解決の可能性）
※失敗から立ち直った話

ステップメール 参考例②

- 4通目 ○○をやる上で知っておかなければいけない基礎や知識
- 5通目 競合排除（よくある間違い、誤解されている事）
- 6通目 商品の提示
- 7通目 販売予告（限定特典、限定割引など）

ステップメール 参考例③

- 8通目 販売開始、商品やサービスのベネフィット、買わなければいけない理由
- 9通目 リスクリバーサルやQ & Aで不安の払拭
- 10通目 フューチャーペーシング
- 11通目 締切案内
- 12通目 締切最終日
- 13通目 たくさんのご応募頂きありがとうございました。明日からは、、、