

# 【リード数6倍！】 BtoBメールマガの効果的な作り方



- 01 はじめに
- 02 メルマガ配信で企業が抱える課題
- 03 メルマガの始め方
- 04 BtoB企業におけるメルマガ配信の重要性
- 05 リード獲得に繋げるためのメルマガ運用
- 06 メルマガの開封率を上げるポイント
- 07 メルマガ配信もを支援しているテクロ社のサービス
- 08 テクロ社のオンライン無料相談
- 09 「質の良い配信リスト」を作成してメルマガを配信



# 01 はじめに

この資料ではメルマガの開封率が最高40%を上回るテクロのメルマガ配信の流れや配信リストの注意点についてまとめています。



デジタルマーケティングに関する人気記事をお届け  
新年あけましておめでとうございます。2021年の1年間で多く閲覧いただいた人気記事を一挙にお届けいたします。

案件化率61%を実現した究極のBtoB営業とは  
1月25日 11:00-12:00  
  
ホットリードだけに対応!? 案件化率61%を実現した究極のBtoB営業とは  
テクロ株式会社の末野です。「リードの優先度の選別ができるでないで手当たり次第発送している」という方は多いのではないでしょうか?  
今回のウェビナーでは、**案件化率15.5%→61.9%の引き上げに成功した事例**を踏まえて**「効率的なBtoB営業組織の作り方」**を解説します。

【レベル別】マーケティングを学ぶための本33選  
【レベル別】Webマーケティングを学ぶための本30選  
BtoB向けマーケティング支援企業17選と失敗しない選び方  
明けましておめでとうございます!  
いつもご縁いただきありがとうございます。本年度も弊社は、BtoB企業を伴走型のデジタルマーケティング支援により一層邁進して参ります。

記事を読む   
記事を読む   
記事を読む   
記事を読む   
記事を読む   
記事を読む   
記事を読む   
記事を読む   
記事を読む   
記事を読む   
記事を読む   
記事を読む   
記事を読む   
記事を読む 

## 02 メルマガ配信で企業が抱える課題



- ✓ メルマガの開封率が低い
- ✓ メルマガ配信する際のネタがない
- ✓ メルマガからのリード獲得ができない



企業が抱えるメルマガの課題を解決するには...



# メールマガの課題は「質の良い配信リスト」で解決



PDCAを回していくテクニカルな面も重要ですが、大前提として「質のいい配信リスト」を作ることができれば開封率やリード獲得の問題はクリアできるのです。

本資料では「配信リスト」の観点から、BtoBメールマガの課題解決について解説します。

## 03. メルマガの始め方①メルマガ配信の目的を決める



メルマガ配信をする目的を明確化することが重要です

1

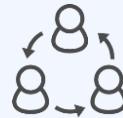
売上増加



- ・新規購入
- ・サービスの販売促進

2

ファン化



有益な情報を発信し自社の  
継続的なファンの獲得

3

教育・啓蒙



自社のサービスに興味を持  
ってもらう

## 興味関心度に応じたコンテンツの発信が重要

潜在層

興味関心

比較検討段階

オウンドメディアの記事紹介

お役立ち資料のプレゼント

セミナーのご案内

導入事例紹介

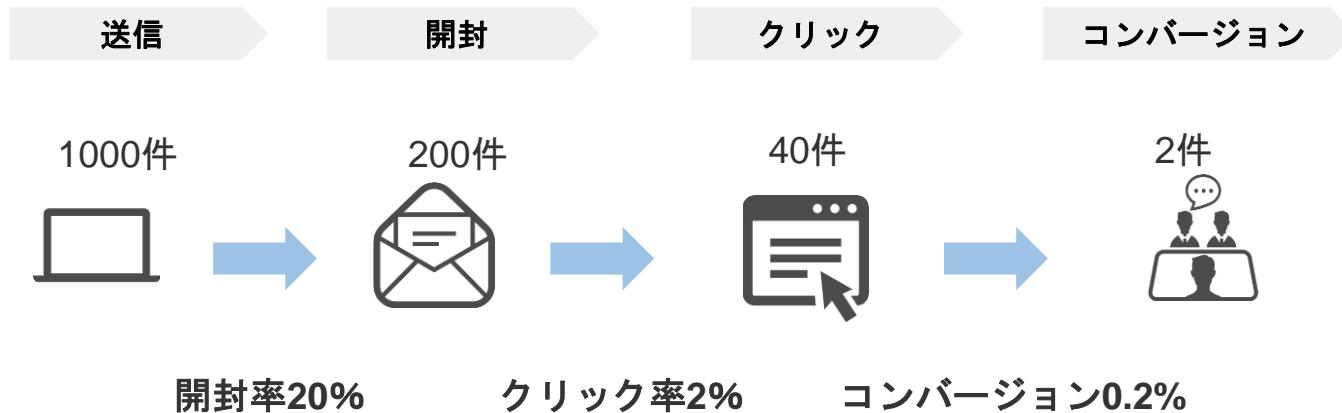
サービス案内資料

無料相談会のご案内

## 03. メルマガの始め方③ メルマガ配信のKPIを決める



開封率は**20%**・クリック率は**2%**前後が平均



## 04 BtoB企業におけるメルマガ配信の重要性



### 優良リストに「過去の失注案件」を加える

#### 失注リストの放置

成約に至らなかったお客様へのアプローチを何もしていない・放置している方が多いのが現状

#### 失注リストの見直し

- ・アポが取れなかった
  - ・商談を進めていたが失注した
- 集客で得た資産をまわしていくために、失注したリストの見直しが必要

#### 再度メルマガを送信

失注リストに対してメルマガを送信することで、もう一度商談に持ち込み、本登録・申し込みまでに至る可能性も高い

「失注リスト・アポを取れなかったリスト」の棚卸しを、メルマガを配信  
することで、案件獲得につながる

## メルマガ配信の基本

### PDCAをまわし続ける

結果や数字を見て何を振り返り次のアクションへどうつなげていくかが重要。

PDCAをどのように回し、それ続ける環境を整えていくことを意識しましょう。

### 目的を明確にする

教育→興味喚起→販売促進と段階を踏んで、お客様へメルマガを配信。

- ・市場を取り巻く環境
- ・どのようなノウハウ・コツで進めていけば良いのか

などの目的を明確化した上で情報提供から始めましょう。

### セグメント分けをする

手元にある配信リストを

- ・教育
- ・興味喚起
- ・販売促進

の3つに分類し、適切なコンテンツを配信することが重要です。

## 反応が高い時間帯や配信頻度

### 時間帯

BtoBビジネスのメルマガは以下の時間帯を避けましょう。

- ・休みの土日
- ・忙しい金曜日の午後
- ・金曜午後～土日に来たメールが集中している月曜日の午前

### 配信頻度

開封率の低下を防ぐため

- ・ウェビナーや展示会のプロモーションは20%未満
- ・ホワイトペーパーやブログ記事のお役立ち情報は80%以上

としましょう。

上記以外は業界や業種によって異なり、セオリーがありません。自社で反応や数字を見ながら少しづつ調整していきましょう。

お役立ち情報を送る際には、全員に同じ内容を送るのではなくセグメントを分け個別のニーズに合わせて配信する必要があります。

# 05 リード獲得に繋げるためのメルマガ運用



## ネタ切れしないメルマガの作成方法

### メルマガの内容

「読みたくないメール」を送っていないか内容の確認。

#### 【おすすめの内容】

- ・ブログ
- ・ホワイトペーパー
- ・事例紹介
- ・ウェビナーの案内

BtoBの会社は事業者様の目線で情報発信されるケースが多いため、ご自分がそのメールを受け取って開封したいか・クリックしたいかを見直してみましょう。

### お客様のレイヤー

レイヤーをどのように分けるのか、カスタマージャーニーを作成。

#### 【基本的なレイヤー】

- ・潜在層
- ・準顕在層
- ・顕在層

潜在層はハウツーコンテンツから入り、徐々にセミナーや製品に関する内容を増やす。

顕在層では、キャンペーン情報や比較資料で「お客様が欲しい情報」をしっかりと伝えていきましょう。

### お客様の行動と思考

お客様の動きを把握し、そこから思考と次のアクションを定義。

#### 【思考と次のアクション】

- ・検索しているキーワード
- ・不安に感じていること
- ・求めている情報
- ・着地する場所

上記の定義をもとに戦略や送るメルマガの内容を決めていきましょう。

# 05 リード獲得に繋げるためのメルマガ運用



## ネタ切れを防ぐためには？

### ブログからピックアップ

過去に公開したブログ記事の再活用がおすすめです。

The screenshot shows a blog post by Techro. The title is "コンテンツマーケティングに強い会社11選! 選び方のポイントも解説". Below the title, there is a button labeled "記事を読む". The main content discusses 11 companies known for their content marketing skills and provides tips for selecting them. At the bottom, there is a button labeled "会社選びのポイントを見る".

### 過去に送った内容を再度送る

効果のあった内容は再度バージョンアップをして活用しましょう。

過去に送った内容を覚えている方はほぼないので、過去に効果のあったメルマガを見直してみましょう。

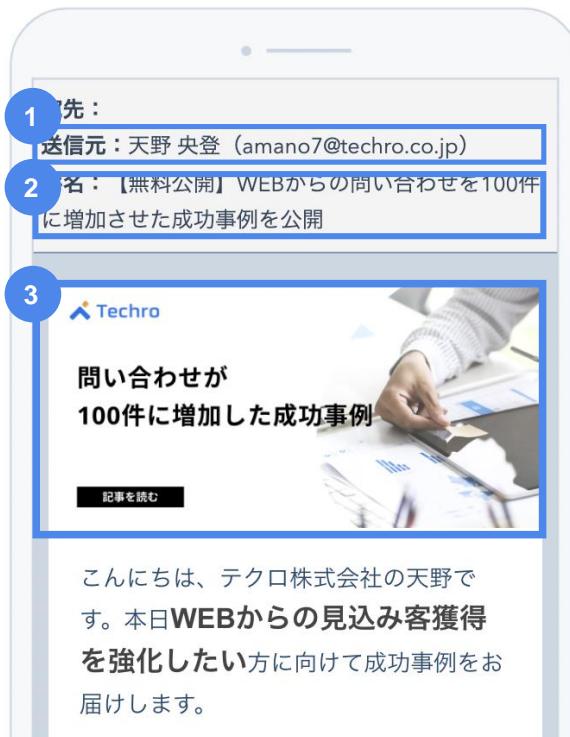


### 教育系コンテンツ

業界のトレンドニュースは特におすすめです。

The screenshot shows a section titled "2022年のコンテンツマーケティング予想". It features a message from Takeshi Tanaka, a representative of Techro, stating that he is looking forward to the future. Below this, there is a heading "BtoBコンテンツマーケティング 2022年予想" and three sub-points: "インフォグラフィック", "動画・音声コンテンツ", and "SEO対策の強化". Each point has a small thumbnail image.

# 06 メルマガの開封率を上げるポイント



- 1 送信元は「株式会社〇〇」と社名を入れず、苗字を記入する
- 2 一目でメルマガの内容が伝わる文言にする
- 3 画像を追加することで読みやすくする

共通点は「メルマガ感を出さない」こと



02

## テクロ株式会社のサービス紹介

# 07 メルマガ配信もを支援しているテクロ社のサービス

## 伴走型Webマーケティングプラン

サービス内容	
サイト制作	WordPress簡易構築
戦略立案	戦略立案
	キーワード調査
運用	10記事制作・修正
	Webサイト解析
	CMSアップ
	画像アップ
	ホワイトペーパーデザイン・実装
サポート	チャット対応
	月に1回のMTG

### サービス概要

オウンドメディアの企画から解析、記事の投入・デザインの修正などすべての業務を行います。Webサイトに来訪する個々のユーザーに最適なコンバージョン導線を用意します。

### 費用

初期費用：なし 月額：**60万円**

※期間は**6ヶ月**～

# 08 テクロ社のオンライン無料相談



## よくあるお悩み

- ◆ Webからのリードが増えない
- ◆ 確度の高いリードが少ない
- ◆ リードナーチャリングが上手くいかない

BtoBマーケティングのプロ/専門のコンサルタントが60分無料で相談にのります。

良質なリードを獲得できるホワイトペーパーの作り方がわかります！

[無料相談を申し込む](#)



# 08 テクロ社のオンライン無料相談の流れ



## ご相談の流れ



右記ボタンからフォームに  
飛び込みを行ってください。



1~3営業日後、担当者から日  
程調整のご連絡を差し上げま  
す。



ZOOMにて最大60分コン  
サルトにご相談いただけ  
ます。

[申込みはこちらから](#)

## 09 「質の良い配信リスト」を作成してメルマガを配信

良質な配信リストを作成しメルマガを配信することで、さらなる顧客獲得を目指せます。  
弊社テクロではWebマーケティング支援をコンサルティングから、実作業まですべてお手伝いしております。

これから本格的にWebマーケティングを行いたい方はぜひご相談ください。



会社名

テクロ株式会社

所在地

〒150-0046 東京都渋谷区松濤1-28-2ワークコート渋谷松濤

設立日

2016年10月12日

代表取締役

天野央登

事業内容

Webマーケティング・Webメディア運用

申込みはこちらから