

# メルマガ活性化診断パック

- 現状の問題把握から具体的な改善施策の提案までをパッケージ化 -

2011年7月

**DNP**

**DIGITALCOM**

株式会社DNPデジタルコム

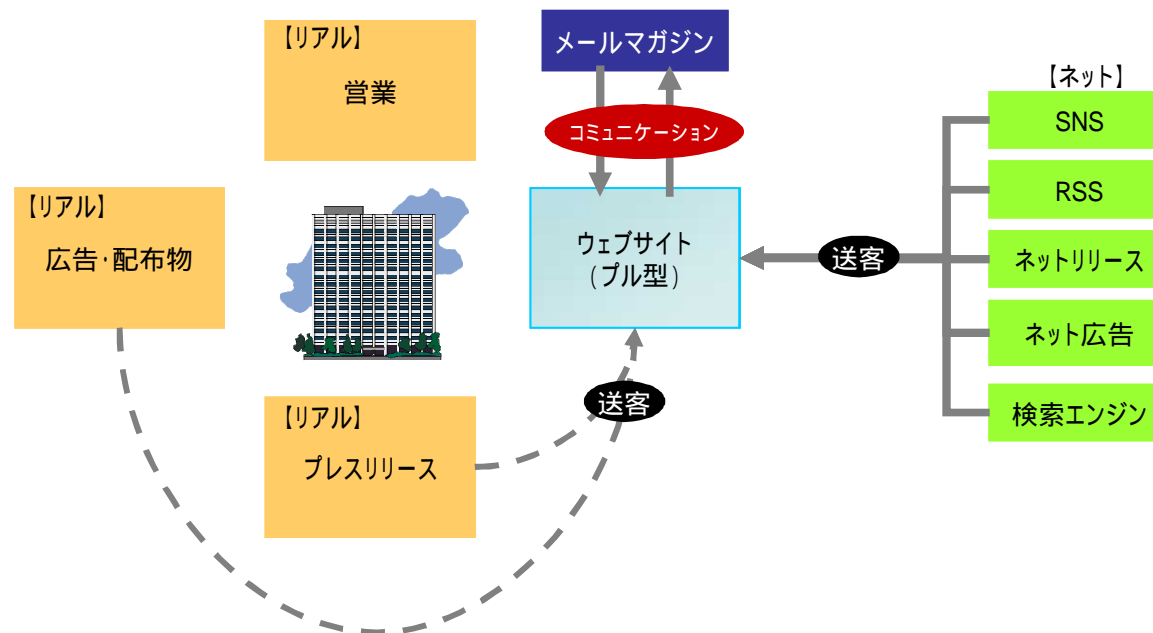
## メールマガジンを取り巻く環境

# メールマガジンは企業が能動的に管理できる唯一のプッシュ型ツール。

ネットの利用度向上に伴い、Webサイトは「企業の顔」の一つとして戦略的に位置づけられ、各社とも、様々なメディアやネットツールを駆使してWebサイトへの集客に力を入れています。さらに、企業側が一度接点をもった相手に対して、能動的に情報を提供し、再度、Webサイトへの訪問を促進する“プル型のツール”としては、現在、「メールマガジン」と「RSS」「SNS」の3つが考えられます。

「RSS」は、受け手からは個人情報の登録が不要であり、送り手にとっては興味や関心を持っている相手にのみ情報を送ることができますが、企業側から積極的な働きかけや関係を構築することは難しいといえます。Twitterに代表される「SNS」は文字数の制限やリツイートへの対応など運用が難しい点があります。一方、「メールマガジン」は企業として、登録者との親密な関係を構築したり、登録者に具体的なアクションを起こさせるようなアプローチを行ったり、見込み度によって管理したり、マーケティング・営業ツールとして活用することが可能です。

今後、Webサイトを積極的にマーケティング活用していきたいと考えている企業にとって、メールマガジンを見込み客との関係構築や顧客育成の有効なツールとして、いかに活用するかについて、合わせて見直しをはかることが不可欠となっています



## メルマガで見込み客を育成する

～メルマガの効果は大して期待できないとマンネリ化に陥ってませんか？

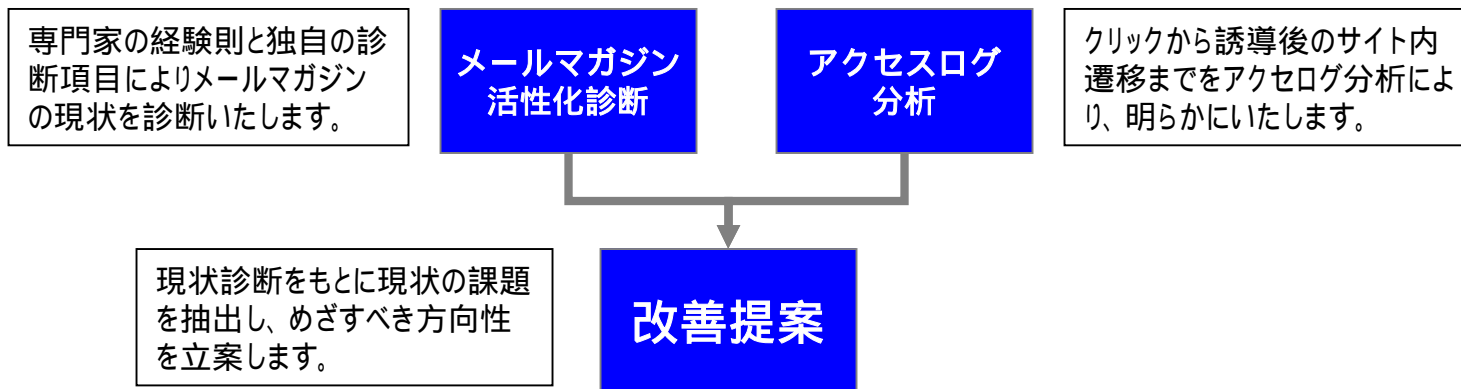
BtoCであればキャンペーンで集めたメールアドレスに、BtoBであれば展示会等で集めた名刺リストを対象に、多くの企業がメールマガジンを発行しています。しかし、企業側が発信している情報と読者が欲している情報のミスマッチが起こっているというケースが少なくありません。また、元々のメールアドレスの集め方と集めたい読者層にズレがあるという場合も多く見られます。

当サービスでは、メールマガジンを単なる企業からの情報発信と捉えるのではなく、見込み客との関係性を構築し、見込み客を顧客へと育成していく有効なツールとして、貴社のメールマガジンのあり方を診断し、メールマガジンの戦略的な活用策を提案いたします。

### こんな課題におすすめます

- ・新規にメルマガを発行予定だが、効果的に実施したい
- ・すでにメルマガを発行しているが、手間の割に効果がみえない
- ・メルマガ登録者の数は多いが、実際にメルマガを読んでいるアクティブ層がどの程度、存在するかわからない
- ・メルマガの効果をどのように考えて、施策を打てばいいかわからない
- ・メルマガと、RSS配信やブログを組み合わせ、相乗効果をねらいたい 等

### メールマガジン活性化診断パックの流れ



# メルマガ活性化診断パックの3つのポイント

## 読者の特性を把握

メールマガジンの活性化のためには、メールマガジンの読者の実態把握が不可欠です。読者へのアンケート調査を実施し、その特性や価値観の抽出、ECであれば購買動向等を分析し、読者の求めるメルマガの方向性や、読者ニーズによるセグメントをご提案いたします。

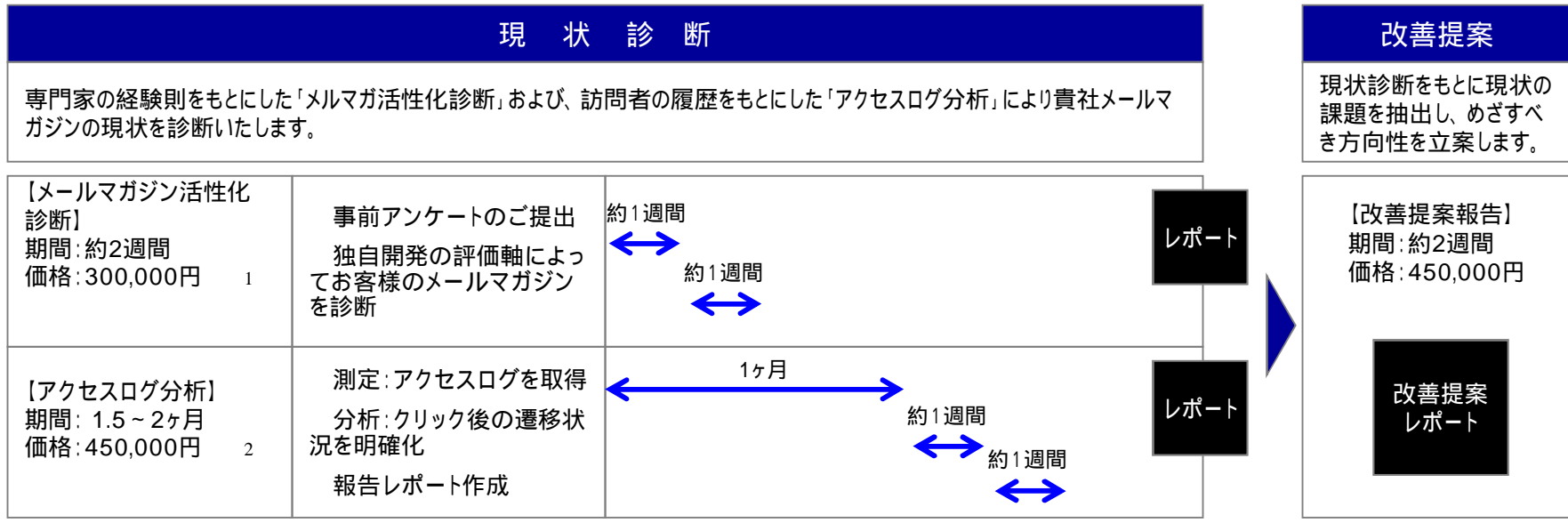
## メルマガからWebサイトまでトータルに効果検証を実施

プッシュツールであるメールマガジンの効果を向上させるためには、プルツールであるWebサイトとの有効な連動策が不可欠です。「メールマガジン Webサイト お問い合わせ リアル営業」といった、マーケティングのプロセスを明確化し、そのプロセスに応じた目標指標の設定をご提案いたします。また、メールマガジンの反応状況とWebサイトのアクセスログ解析を組み合わせることで、より有効な効果検証を実施させていただきます。

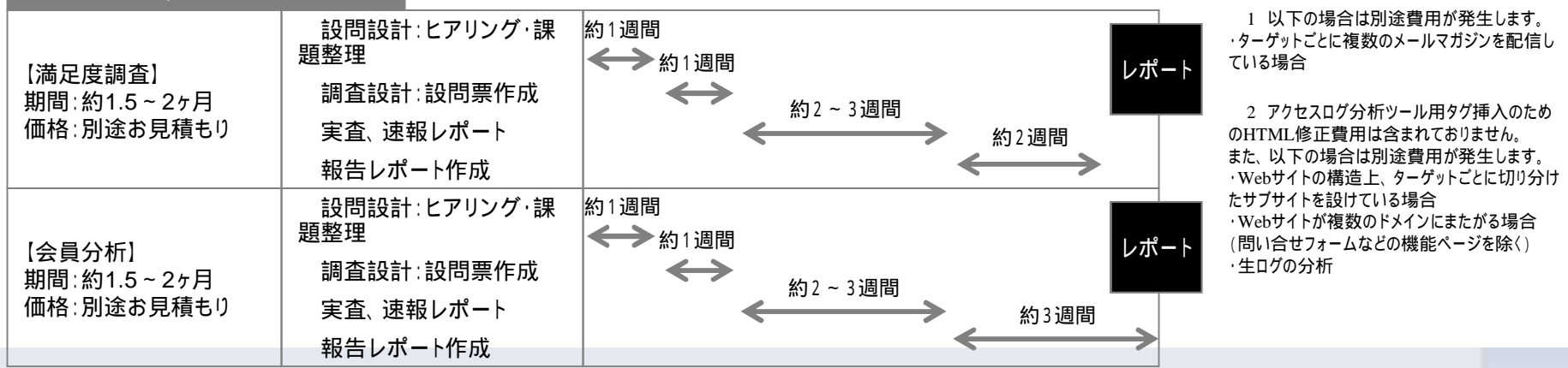
## 分析報告会で社内協力を獲得

Webのみで完結せず他部門の協力が必要な場合、事前に協力体制を構築しておくことが、成果を出すために重要なポイントとなります。当サービスにおける分析結果の報告を社内の関連部署を集め、実施することにより、社内の理解を獲得することが可能です。

# ワークフロー



## オプション (別途お見積り)

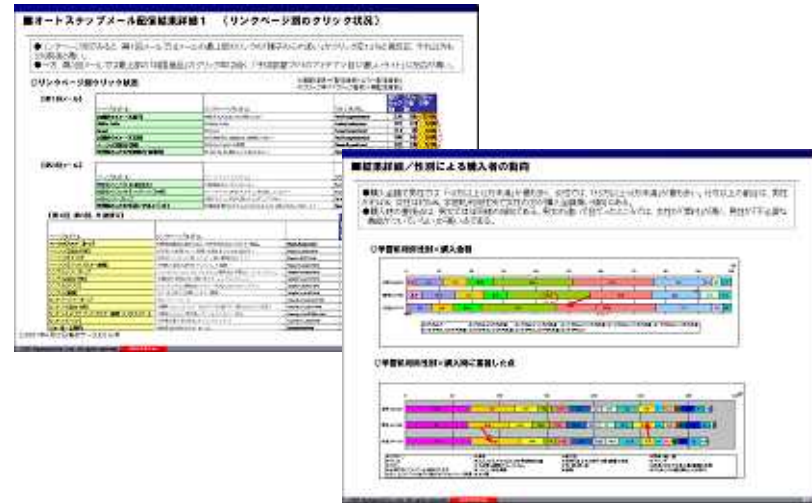


# 現状診断分析レポートイメージ

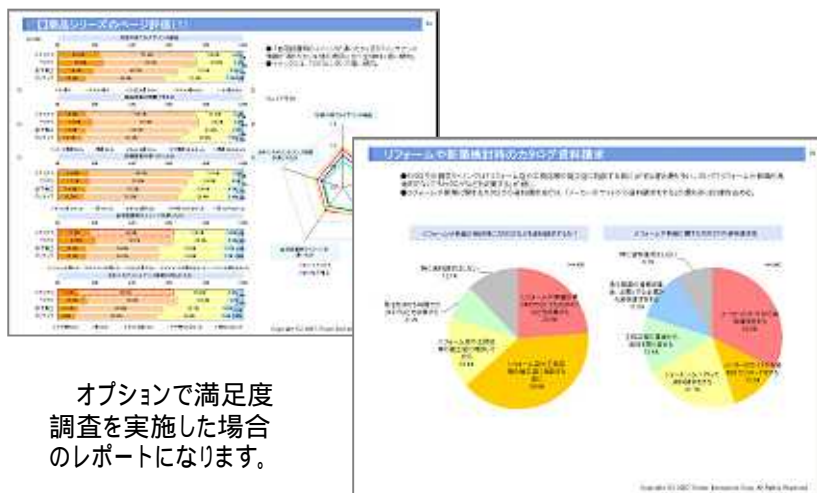
## メルマガ活性化診断 レポート



## アクセスログ分析レポート

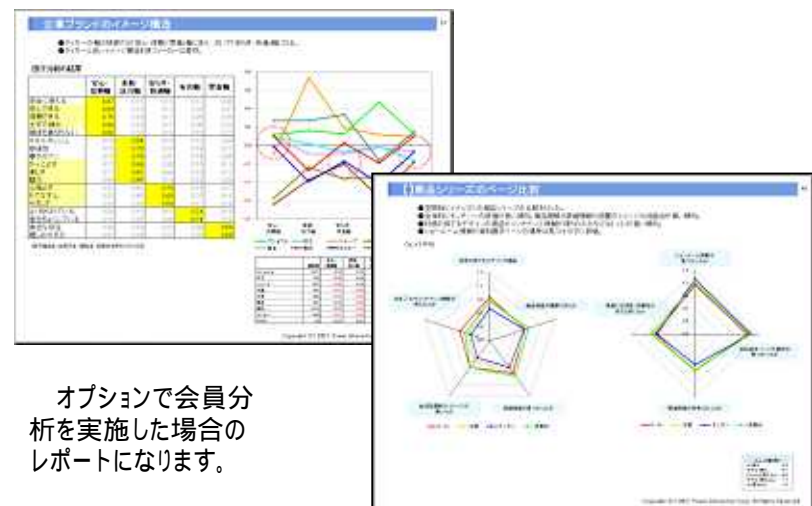


## 満足度調査レポート



オプションで満足度調査を実施した場合のレポートになります。

## 会員分析レポート



オプションで会員分析を実施した場合のレポートになります。

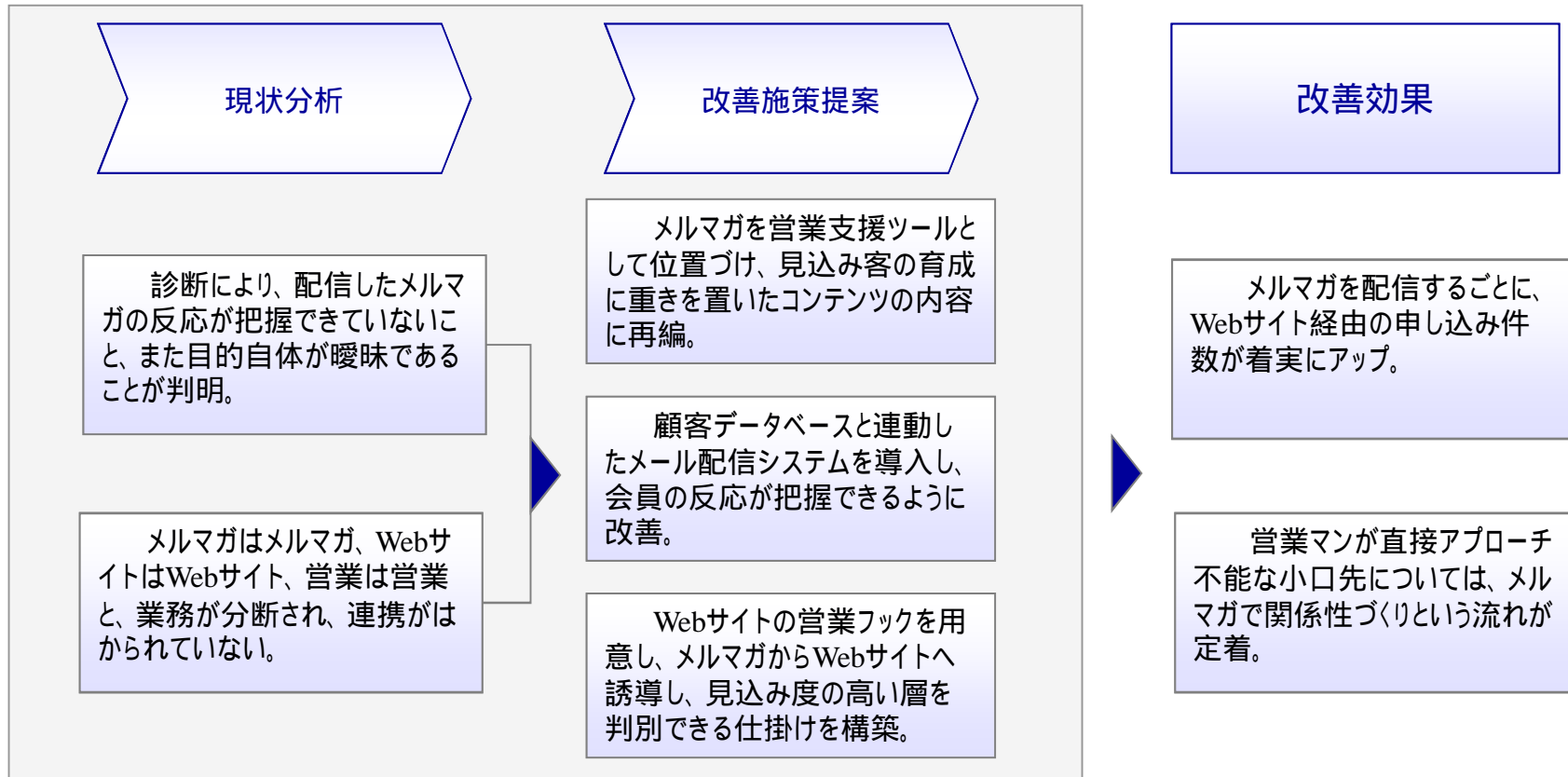
# 当サービスの活用事例 1

システム会社 A社

マンネリ化していた定期メールマガジンを、営業支援ツールとして再編。

## Point

1. メールマガジンの目的を明確化し、メールマガジンの内容を見込客育成の切り口から再構成。
2. メールマガジンでプッシュし、Webサイトへ誘引し、営業へつなげる、という営業プロセスを整理。



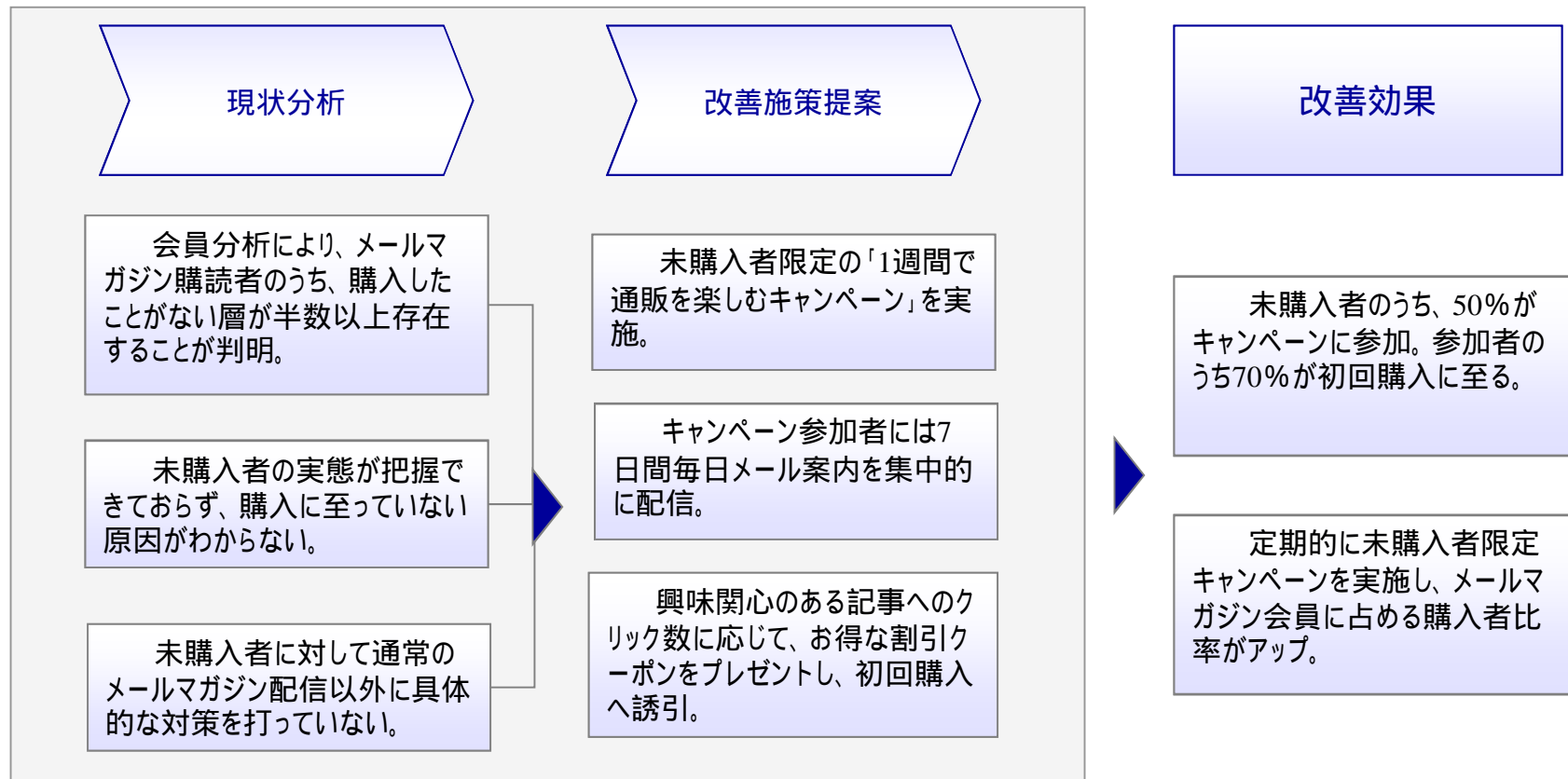
## 当サービスの活用事例 2

### 総合通販会社 A社

#### 購入経験のないメルマガ会員へ初回のトライアル購入を促進

##### Point

1. 定番のメールマガジンとは別に、未購入者限定の特別メールを配信。
2. 特別メールのクリック履歴により、未購入者のニーズを把握。



## Q & A

**Q** 申込み後、報告会までどのくらいかかりますか？

**A** お申込み後、約2ヶ月後となります。

---

**Q** レポートのみを納品してもらうこともできますか？

**A** はい。レポートのみの申込みも可能です。

---

**Q** 診断後のキャンペーン展開などの企画・実行はできますか？

**A** はい。可能です。但し別途お見積になります。

---

**Q** メール配信システムを持っていませんが紹介してもらえますか？

**A** はい。弊社で用意しているメール配信システムがございますのでそちらをご紹介させていただきます。

---

**Q** 分析に際して、必要なことは何がありますか？

**A** 配信済メールマガジン、開封クリック数などのデータが必要となります。  
また、会員情報を併せて一部お預かりさせていただきます(個人を特定する項目(氏名、メールアドレス、電話番号など)は除きます。)