

メルマガでつまづく 4つの壁の突破方法



はじめに

多くの企業様がメルマガを配信する中で、開封されない、スクロールされない、読まれない、クリックされない課題に直面しています。これらの課題を「4つの壁」と捉え、それぞれ解決策のヒントをまとめたので、効果的なメルマガ作成のキッカケになれば幸いです。

メルマガで成果を出すことの難しさ	P4
メルマガにおける4つの壁とは	P5
メルマガにおける4つの壁の具体的な箇所	P6
メルマガ一つ目の壁：開封	P7
メルマガ二つ目の壁：スクロール	P8
メルマガ三つ目の壁：読む	P9
メルマガ四つ目の壁：クリック	P10
まとめ	P11

メルマガはそもそも開封してもらうことが難しい

世界の業種別メルマガ事情

業種別	平均開封率	平均 クリック率	平均配信 解除率
広告・マーケティング・PR・メディア・デザイン	21.94%	3.35%	0.16%
建築・建設	26.00%	4.54%	0.14%
小売り・消費サービス	27.29%	3.42%	0.16%
テクノロジー・通信	25.33%	3.26%	0.22%
製造・物流・エンジニアリング	20.49%	3.10%	0.14%
医療	25.92%	3.32%	0.17%
業種不明	25.04%	3.06%	0.22%

出典：Benchmark Email レポート（2022年1月時点）

覚えておきたい3つの平均値

開封率

20～30%

例：100人中20～30人

クリック率

1～3%

例：100人中1～3人

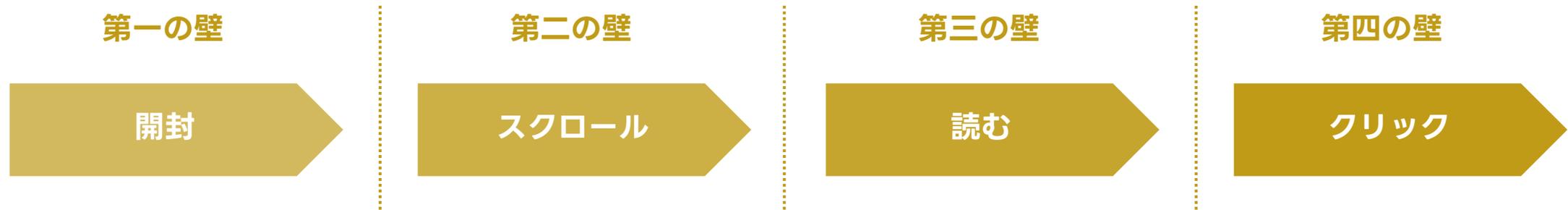
配信停止率

0.1～0.2%

例：100人中0.1～0.2人

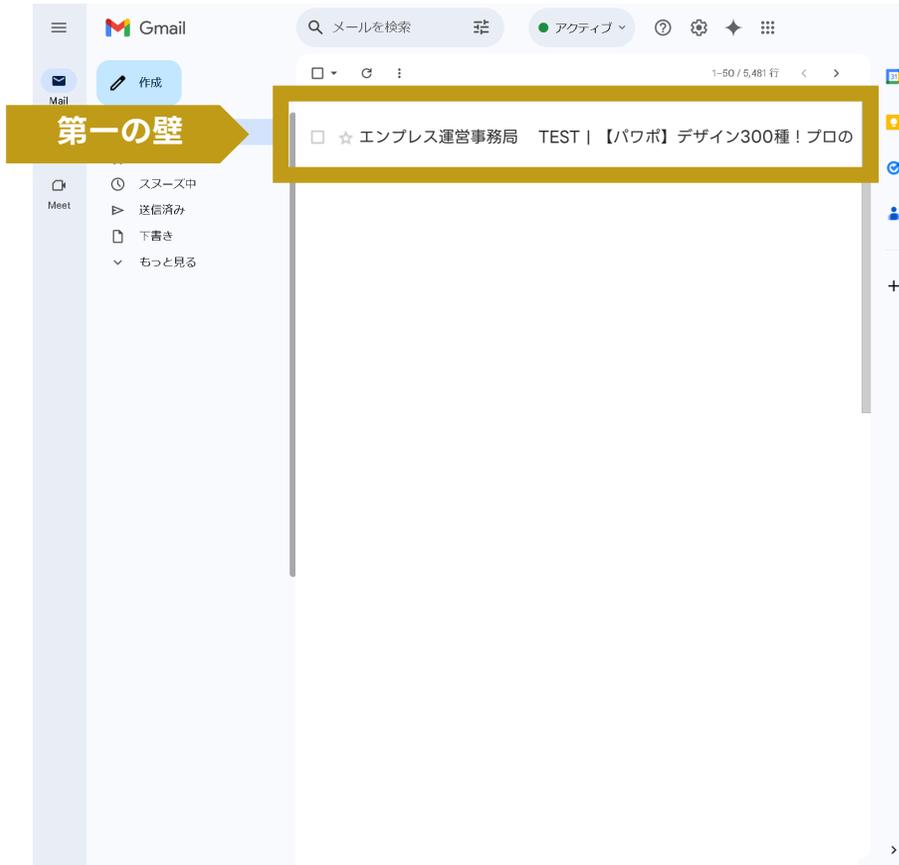
メルマガを配信しても最大3割ほどしか開封されず、配信数と配信対象者が増えるほど開封割合が低いと、メルマガによる成果を出しにくいいため、まずは開封という壁を突破しなくてははいけません。

メルマガでつまづくポイント

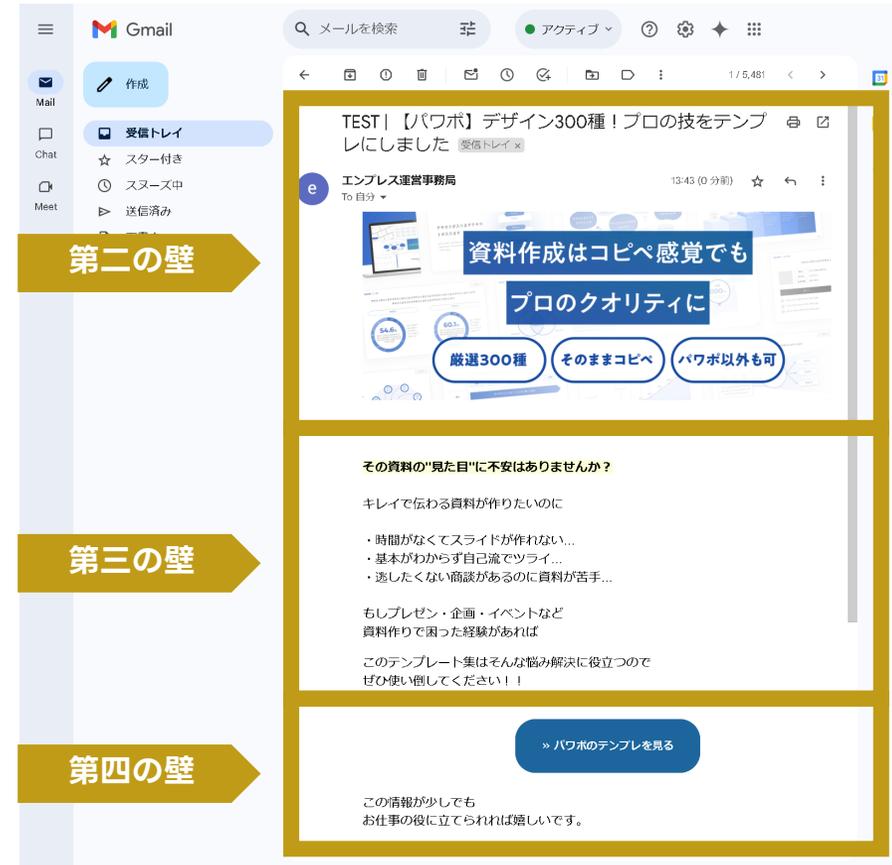


メルマガを「読んで終わり」ではなく、
読んでくれたあとに「特定のアクション」を起こしてもらうメルマガにおいては、
4つの壁を突破しなければ目的達成にまで繋がりません。

メールの一覧画面



メールの詳細画面

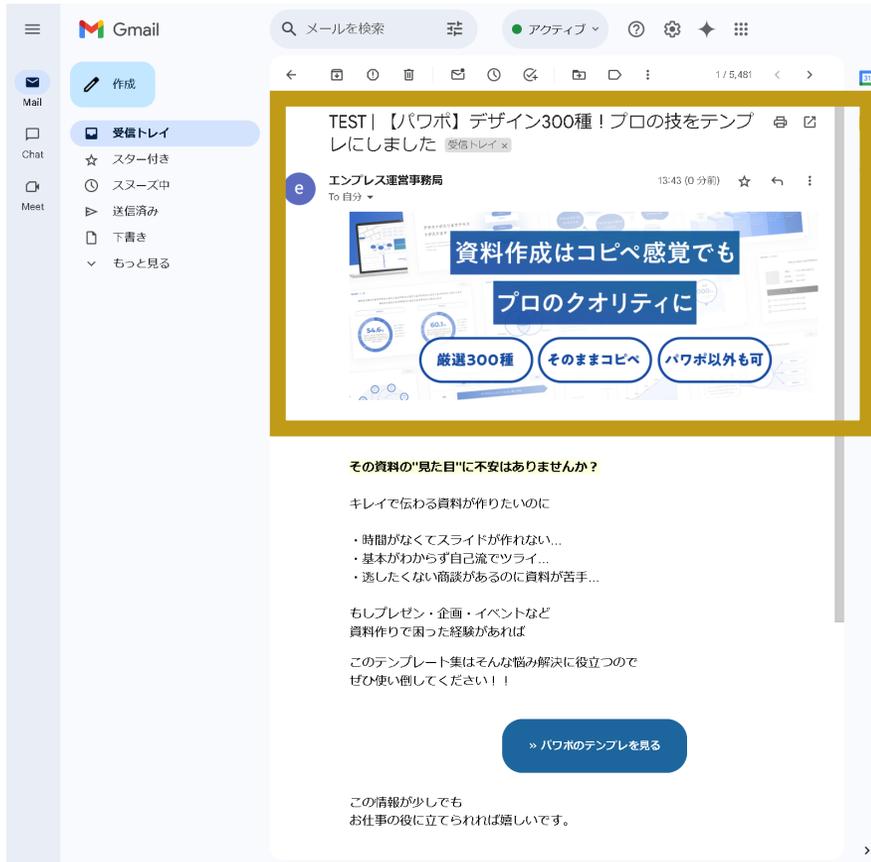


開封されるには魅力的なタイトル作りがポイントに

変更前	昨年より開封率が大幅にアップした方法	ポイント
変更後	昨年より開封率が 10% アップした方法	数字を入れて具体性を追加
変更前	決裁者と繋がる営業サービスとは	ポイント
変更後	決裁者と “つながる” 営業サービスとは	漢字をひらがなにして読みやすく
変更前	売上アップにつながる販促の新手法登場！上場企業とタイアップ…	ポイント
変更後	リード2倍！上場企業と組む最新の販促戦略とは	短くすることでパッと理解できる

タイトルにちょっとした工夫を取り入れるだけで開封率の改善が期待できます。

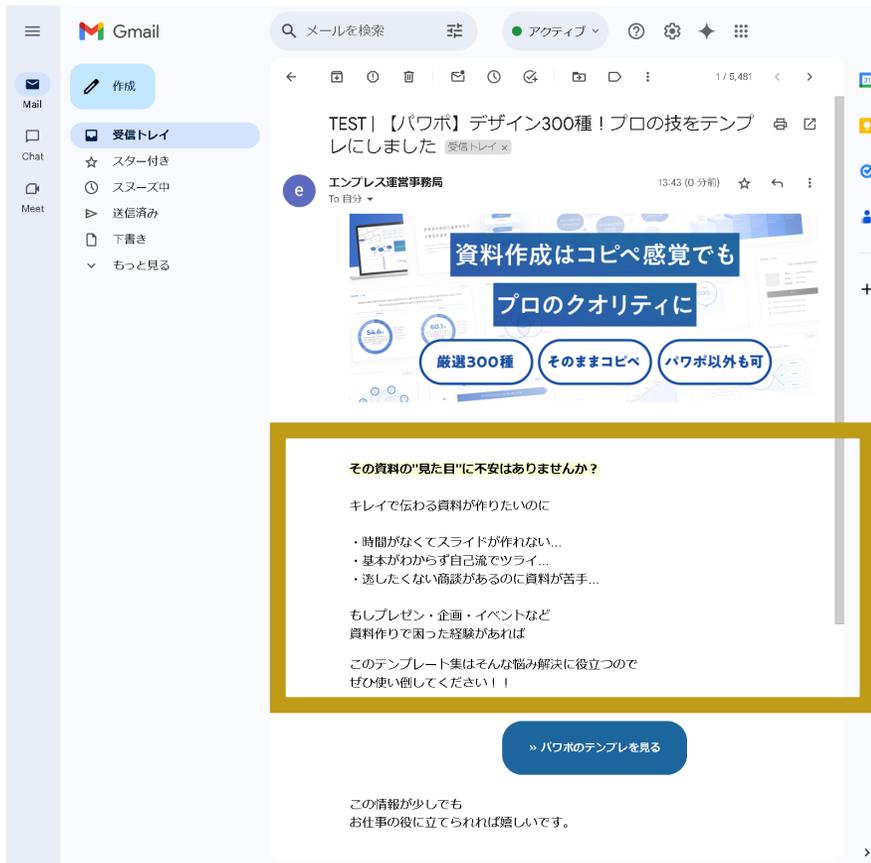
ファーストビューが突破のカギ



開封されたとしても、興味関心を呼び起こせなければ、すぐに離脱されてしまうため、ヘッダー画像やリード文章など、メールの詳細画面を開いた、最初に表示される構成要素（ファーストビュー）を見直します。

タイトルから連想されたイメージが、ファーストビューで体現できていないと、離脱の主な原因になってしまうため、お客様の意識を途切れさせないよう魅力を作り出しましょう。

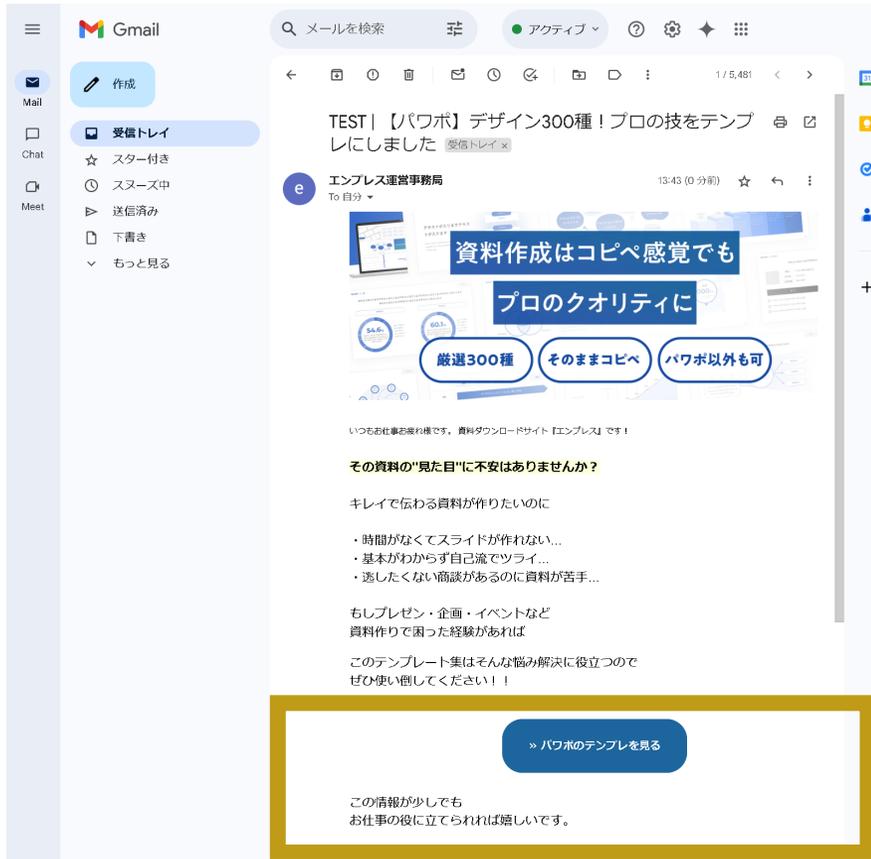
本文で興味関心を呼び起こせるか



ここまでくれば、タイトル・ファーストビューで興味は引けた状態ですが、お客様が期待する内容でなければ、その次のアクションまで引き起こせません。

「読みやすさ」と「理解しやすさ」は最低限の要素であり、尚且つ課題解決の方法（役立つ情報）などを提供、もしくは次のアクションに繋がるよう興味関心や、意識を次に見てもらう情報へ、向けさせる工夫をすることで、三つ目の壁を突破していきます。

自然な流れでお客様のアクションを発生させる



メルマガ内の最終アクションとして、資料ダウンロードやwebサイトへの誘導を行うには「クリック」アクションを、お客様から引き出さなくてはなりません。

しかしながら営業感や配信側の意図が透けて見えるような誘導の仕方は逆効果なので、「画像」「ボタン」「テキストリンク」など、同じ要素を何度も出さないようそれぞれを使い分け、どの要素をクリックしたとしても、次に行動へ移れる状態を作っておきましょう。

メルマガは、どんなに素晴らしい内容でも「開封」されなければ見てもらえませんし、開封されたとしても、中身でさらなる興味関心を呼び起こせなければ、お客様に求めたいアクションを引き起こせません。

まずはテストを繰り返しながら開封率を高めることから取り組んでいき、結果的な成果へと繋げて頂くためのヒントに本書がなれば幸いです。





運営	株式会社ファングリー
設立	2020年10月
代表者	松岡 雄司
所在地	東京都渋谷区南平台町15-13 帝都渋谷ビル5F
資本金	25,000,000円（資本準備金を含む）
従業員数	36名（2023年5月1日現在）