

ラクスで実際にお送りしている メール文面事例集



株式会社ラクス

クラウド事業本部 配配メール事業部
インサイドセールスチーム

自己紹介

株式会社ラクス

クラウド事業本部 配配メール事業部

インサイドセールスチーム リーダー

中村 小太郎（なかむら こたろう）

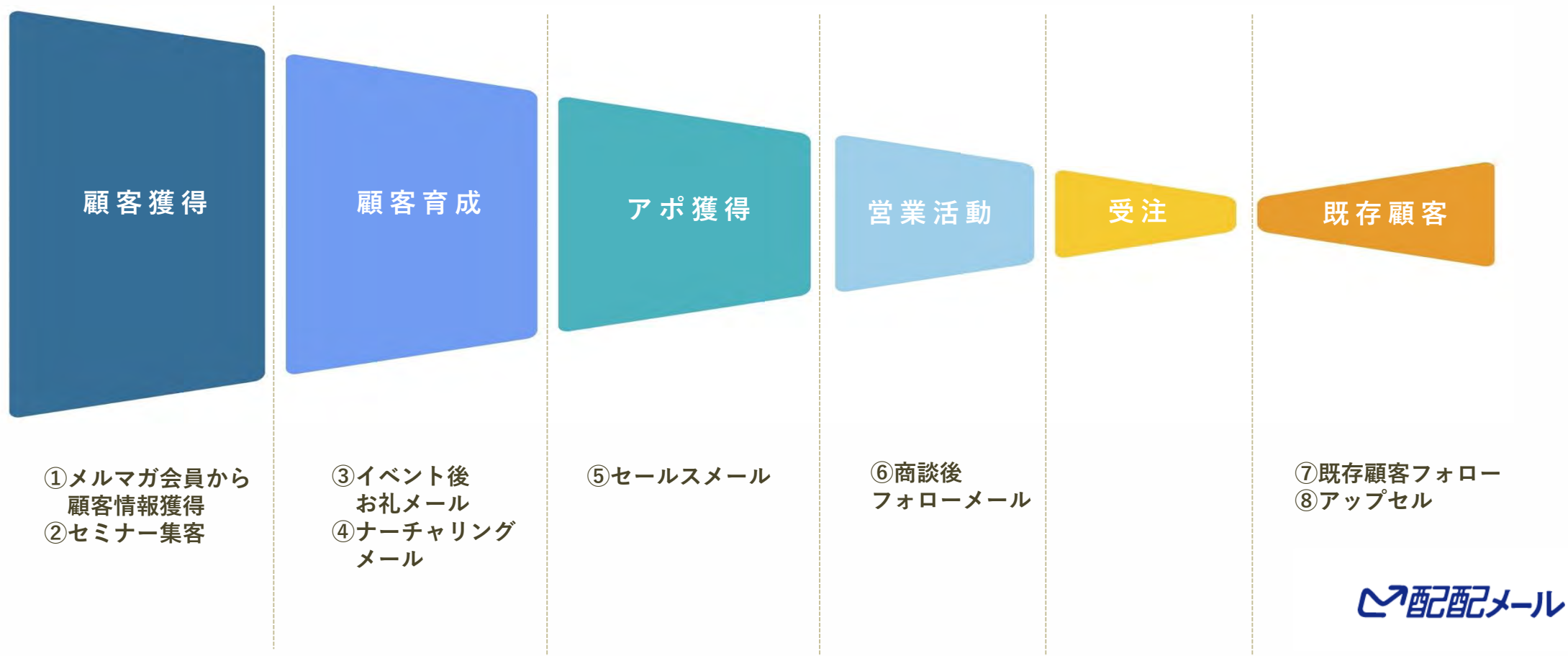
出身 名古屋（単身赴任中）

前職 ボトルウォーターのレンタル販売

その他 「小太郎」は犬の名前(男の子)ランキング3位



弊社ラクスで実施しているメールマーケティング



メールマーケティングは顧客獲得からアポ獲得、既存顧客へのフォローまで幅広く活用が可能です

目次

- ①メルマガ会員から顧客情報獲得
- ②セミナー集客
- ③イベント後お礼メール
- ④ナーチャリングメール
- ⑤セールスメール
- ⑥商談後フォローメール
- ⑦既存顧客フォロー
- ⑧アップセル

①メルマガ会員から顧客情報獲得

配信対象者	メルマガ登録者 メール関連の情報提供メディア https://mailmarketinglab.jp/
配信頻度	週1回
配信目的	新規顧客獲得
配信内容	ホワイトペーパー紹介
配信結果	配信数：約3,500件 開封率：16% クリック率：0.6% リード獲得数：7件 ※各数値は平均値になります（計3回配信）



②セミナー集客

配信対象者	過去情報取得した顧客やメルマガ登録者
配信頻度	週3回以上 1通目：開催2週間前 2通目：開催1週間前 3通目：開催当日
配信目的	セミナー集客
配信内容	セミナー案内（複数）
配信結果	配信数：20,000件 開封率：22～25% クリック率：0.3～0.5% セミナー申込数：50件

**BtoBのメールマーケティングで
成果を出すために必要な基礎知識を解説します！**

参加を予約する

11:15までお申込みを受け付けております。
1社複数名でのご参加が可能ですので、お気軽にご参加ください。

セミナータイトル
はじめようBtoBに強いメールマーケティング
現場のプロが教えるメールマーケティングの基礎知識

開催方法
オンライン（ZOOM）

■その他のセミナー

B2Bデジマ診断「デジマの定石」ライブ診断イベント 第1回ラクス「配配メール」のサイト・広告・SEO・メールを徹底分析
(WACUL社のwebサイトに遷移します)

参加を予約する

顧客リスト0件から始めるメール販促「簡単アドレッシング」x効果を上げるメール手法

参加を予約する

③ イベント後お礼メール

配信対象者	セミナーや展示会などの イベント参加者
配信頻度	イベント後3-4時間以内に1回
配信目的	顧客育成、アポ獲得
配信内容	ノウハウ提供、アポ打診
配信結果	配信数：20～300件程度 開封率：50%以上 クリック率：10% 返信数：3件 アポ数：2件 例:好評なセミナーの場合 159件の申込から10件アポ獲得

##_ [顧客企業名] _##
##_ [契約担当者氏名]様 _##

いつもお世話になっております。配配メールの中村小太郎です。

この度は「商談化率5倍を達成した名刺活用×メール営業術」にお申度い
たださ、誠にありがとうございました。

セミナーではアプローチ方法を中心にお話させていただきましたが、本
内容以外にもメールマーケティング分野において、お伝えできるノウハ
ウや事例もございます。

そこで、オンライン上ではありますが、30分ほどのお時間で構いませんの
で、弊社の「**メールを活用した商談数最大化事例**」をご紹介しますいた
だくお時間をいただけないでしょうか。

[日程調整する](#)

ボタンから遷移するカレンダーより紹介のお時間を指定いただくこ
とが可能です。

④ナーチャリングメール

配信対象者	過去情報取得した顧客
配信頻度	週1回 火曜11:10
配信目的	顧客育成
配信内容	ノウハウや事例案内
配信結果	配信数：8,000件 開封率：25% クリック率：1% 架電後アポ数：1～2件

[顧客企業名] ##
[契約担当者氏名]様

配配メール インサイドセールスチームの
[IS担当者] ## です。

我々インサイドセールスチームでは
2021年4月から2022年3月の約1年間にかけて
メール配信に関する様々な施策を行いました。

そこで、今回は数々の施策のなかで
効果的だった6つの施策をご紹介します。

[記事を見る](#)

各施策のポイントや実際の成果も
ご紹介しておりますので、ぜひご覧ください。

また、「メール」に関することなら
些細なことでも構いませんので、
お気軽にご連絡ください。
今後とも、何卒よろしくお願いいたします。

ナーチャリングメールでは「ホットリード抽出」や「シナリオメール」を
活用することでアポ率が向上しています

⑤セールスメール

配信対象者	過去情報取得した顧客
配信頻度	年3回 未開封者へ再配信
配信目的	アポ獲得
配信内容	アポ打診
配信結果	配信数：6,000件 開封率：23% 返信数：22件 アポ数：5件

##__[顧客企業名]__##

##__[契約担当者氏名]様__##

新年あけましておめでとうございます。

配配メール インサイドセールスの##__[IS担当者]__##です。

去年は弊社の「配配メール」をご紹介させていただき、
誠にありがとうございます。

本年もより一層、##__[契約担当者氏名]様__## に有益な情報を
提供できればと思います。

まずは、新年第一回目のご案内としまして、
貴社のご状況をお伺いの上、営業課題の解決策となる
「配配メール」のご紹介をさせていただければと存じます。

候補日：1/11(火)～1/14(金) の平日9:00-18:00

※##__[契約担当者氏名]様__## のご都合良い日程をご教示くだ
さい。

アポ獲得を目的とするメールは未開封者へメールを再配信すると効果的です

⑥商談後フォローメール

配信対象者	商談後検討が停滞した顧客
配信頻度	月1回 未開封者へ再配信
配信目的	再アポ獲得、状況把握
配信内容	返信依頼
配信結果	配信数：200～400件 開封率：30～40% 返信数：10～15件 アポ数：1～2件

##__[契約担当者氏名]様__##

配配メール インサイドセールスの##__[IS担当者]__##です。

過日は弊社の##__[担当者]__##より
「配配メール」をご紹介させていただき、
誠にありがとうございます。

その後、ご検討状況はいかがでしょうか。
「検討再開のため改めて話を聞きたい」
「料金表が欲しい」など
簡易的で構いませんので、ご一報いただけますと幸いです。

どうぞよろしくお願いいたします。

再検討のタイミングを逃さない効率的な商談後フォローはメールにて実現可能です

⑦既存顧客フォロー

配信対象者	既存顧客
配信頻度	ステップメールで自動配信 (全10回)
配信目的	初期設定促進 解約率改善
配信内容	設定方法、マニュアル案内
配信結果	開封率：40%～60% クリック率：3～7%

「お客様自身での初期設定完了率」が施策前の126%増加！



必要な初期設定ステップ2：解除フォームの設置

[解除フォームの設置方法を確認する](#)

こんにちは！「配配メール」カスタマーサクセスチームです。

初期設定のステップ2として行って頂きたいのが、[解除フォームの設置](#)です！

特定電子メール法上、宣伝・販促目的のメールを送る場合は、メール本文内に「配信停止を受け付ける」旨を記述した上で、[「解除フォーム」](#)（URL）または「連絡先メールアドレス」の設置が必要です。

配配メールでは、配信停止を受け付ける窓口となる「[解除フォーム](#)」を簡単に作成することができます。

[解除フォーム](#)の作成が完了しましたら、早速メール本文に挿入してみましょう！

解除フォーム

解除確認

メールアドレスに誤りがなければ「解除」ボタンを押してください。

xxx@xxx.xx.xx

[マニュアルで確認する](#) [動画で確認する](#)

⑧アップセル

配信対象者	既存顧客
配信頻度	週1回
配信目的	アップセル-プランアップ アポ獲得
配信内容	事例やコラム案内
配信結果	配信数：1,400件 開封率：32% クリック率：2% 架電後アポ数：1件

##_【お名前様】_##
いつもお世話になっております。
配配メール活用支援チームの上妻 峻大です。

##_【お名前様】_## は問い合わせ増加や商談獲得等の
営業活動を目的としたメール配信を行っていますでしょうか？

今回はメールに反応回数によるセグメントで
アポ率が2倍になった弊社事例をご紹介します。

[事例を見る](#)

反応回数が少ないセグメントで効果が出たという
新しい事例になりますのでぜひご覧ください。

今後とも、何卒よろしくお願いいたします。