



ファクトシート

進化を続ける メールマーケティング

ルールに縛られることなく、メールマーケティングを改善しましょう。

メールマーケティングに関しては、さまざまな意見があり、それらを自社でどのように活用するか、しっかりと判断しなくてはなりません。インターネットを見渡せば、内容が古く、今日の状況に即していないプレゼンテーション資料、ガイド、電子ブックなどが溢れています。しかも、それらが提案するベストプラクティスには、以前は効果的であったとしても、今日ではその効果が疑われるものも多くあります。

そこでアドビでは、見直すべきメールマーケティングの「ルール」をまとめました。ここでの「見直す」とは、自社ビジネスと顧客に対して、どのようなルールが効果的であるのかを検証し、その結果をもとに調整すること、を意味します。本資料で紹介するルールがすべて、業界やビジネスの規模を問わず、あらゆる企業に適用できるわけではありません。そのため、検証し、調整することが重要となります。ルールを見直し、自社ビジネスと顧客に最も適切なアプローチを見つけましょう。

見直すべきメールマーケティングのルール

1. 件名に「無料」、「お買い得」、「割引」などの言葉を絶対に使用しない
2. 件名は必ず15から25文字以内に収める
3. メーリングリストの登録には、必ずダブルオプトインを使用する
4. 電子メールアドレスの収集にポップアップ（またはポップオーバー）を絶対に使用しない
5. ほとんどテキストだけの電子メールを絶対に配信しない
6. ほとんど画像だけの電子メールを絶対に配信しない
7. 大きな画像ひとつの電子メールを絶対に配信しない
8. 受信者の名前を必ず挿入する
9. CTAを絶対にふたつ以上使用しない
10. 件名をすべて大文字で表記しない
11. 本文にアニメーションGIFを絶対に挿入しない
12. 登録解除ボタンをわかりやすい場所に絶対に配置しない（メールの上部など）
13. 電子メールは必ず週の半ばに配信する
14. 1日の終わりに電子メールを絶対に配信しない
15. 1日に複数の電子メールを絶対に配信しない
16. 必ず真面目な内容だけにする

成功の法則は企業により異なる

顧客やビジネスの状況に合わせて、どのようなルールが効果的であるのかを判断できるのは、顧客のことを最も詳細に把握している自社だけです。たとえば、ポップアップを利用して、顧客にさらなる価値を提供することで、より多くのリードを獲得できるかもしれません。また、視覚的な要素を使用することで、重要なメッセージを的確に伝えられるようであれば、数多くの画像を配置した電子メールを検証してみましょう。さらに、件名に「無料」という言葉を用いた場合の顧客の反応を確かめましょう。ここで重要な点は、メールマーケティングのルールにおける「絶対」や「必ず」といった言葉に惑わされないことです。不必要な制限を課すことで、クリエイティビティを発揮できなくなる恐れがあります。そのため、必要に応じて、ルールを見直すことを厭わないようにする必要があります。

Adobe Marketo Engageが、メールマーケティングを強化し、より優れた成果を達成するのにどのように役立つのかをご確認ください。

詳細を見る



Adobe, the Adobe logo, and Marketo are either registered trademarks or trademarks of Adobe in the United States and/or other countries.

© 2023 Adobe. All rights reserved.