

コンテンツマーケティングで リード獲得できる



ケーススタディ

メールマーケティング編

株式会社Soraプロジェクト

2022 Q3



はじめに

コンテンツマーケティングと一言で言っても種類は無数にあります。

いくつかを運用している企業のご担当者様も多いのではないのでしょうか？

- ✓ ブログ
- ✓ ホワイトペーパー
- ✓ メルマガ
- ✓ オンラインセミナー
- ✓ オフラインセミナー
- ✓ Youtube配信

様々なメディアを運用していく上で、やみくもに運用するのではなく戦略を立てて運用することはとても重要です。

今回こちらの資料ではメールマーケティングの戦略立てを題材に、soraプロジェクトで提案・実施したケーススタディをご紹介します。

とりあえず
話を聞く



自己紹介



小池 達也 (こいけ たつや)

デジタルソリューション部 ディレクター

2019年より人材サービス会社の営業として従事。

2021年よりマーケティング支援会社のディレクターとして提案営業や運用代行を経てsoraプロジェクトのデジタルソリューション事業部にアサインされた。営業のキャリアにおいて新人賞・VP賞、マーケティング営業においてMVP賞を受賞。

現在は集客やナーチャリング施策の土台となるカスタマージャーニーなどの設計支援からBtoBにおける広告やSNSを活用した施策の支援など幅広いジャンルのマーケティングディレクターとして営業活動を実施している。

#得意なこと

#KPI設計 #マーケティング戦略設計 #デジタルマーケティング

#WEB遷移設計 #CRMディレクター #広告ディレクター

#ウェビナー支援 #SNS運用

とりあえず話を聞いてみる



メールマーケティングの種類

目的別メールマーケティング

リードからアクションを獲得するメール

営業担当者が顧客に対し、問い合わせを促すメールの内容を指します。

課題が顕在化した顧客にベストなタイミングでメールを送ることで、営業のタスクと属人化を減らすことができます。

見込み顧客に送るナーチャリングメール

ナーチャリングのメールは商材・サービスにより段階分けが必要です。

前期・後期、または流入経路により訴求内容を変えることでより効果的にアプローチが可能となります。

潜在顧客に送るコンテンツ紹介メール

潜在顧客や今すぐではないリードに対し、コンテンツを周回させる事が目的です。

課題が顕在化したタイミングで有効リードに引き上げる効果があるだけでなく、ブログYoutubeなどのPVを増やしSEO対策としても有効です。

メールマーケティングといっても目的は別々

メールマーケティングを成功させるには

適切なタイミングを見極める

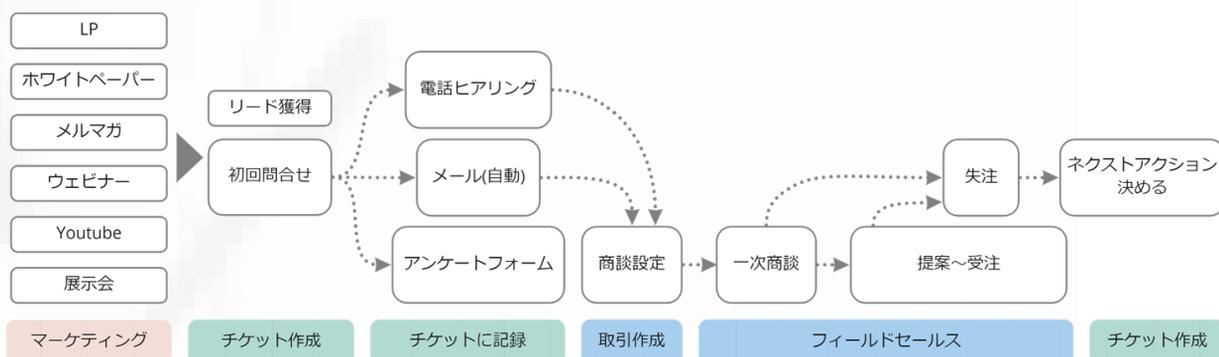
適切なタイミングがわかるユーザー遷移図

整理が最優先！まず考えるべきこと

- ✓ いつどこで何のメールが必要か
- ✓ 誰が誰向けに書いているか

ユーザー遷移図を書こう

ユーザー遷移を書き出した例



ユーザー遷移を可視化することが重要です！
形にこだわらず手を動かしてみましよう

必ず書くべき要素

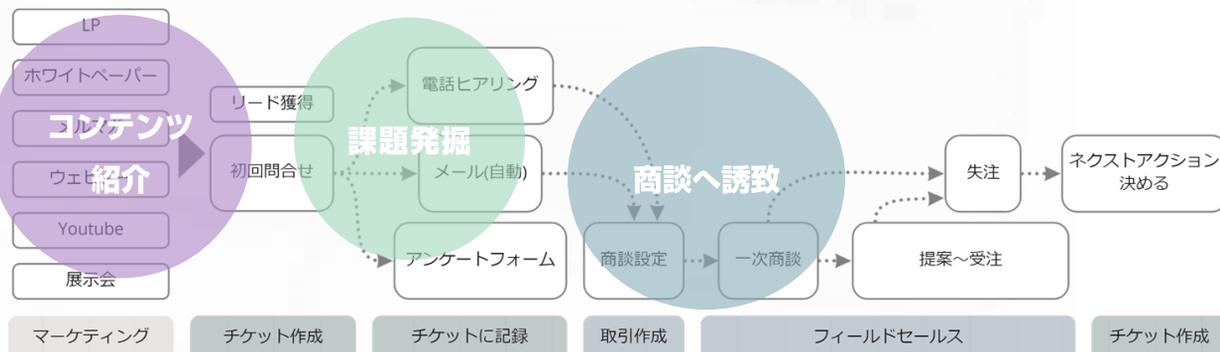
顧客の
流入経路

顧客が取る
アクション

顧客に対し行う
アクション

メールマーケティングの構成例

書き出したユーザー遷移に合わせて必要なメールを分類



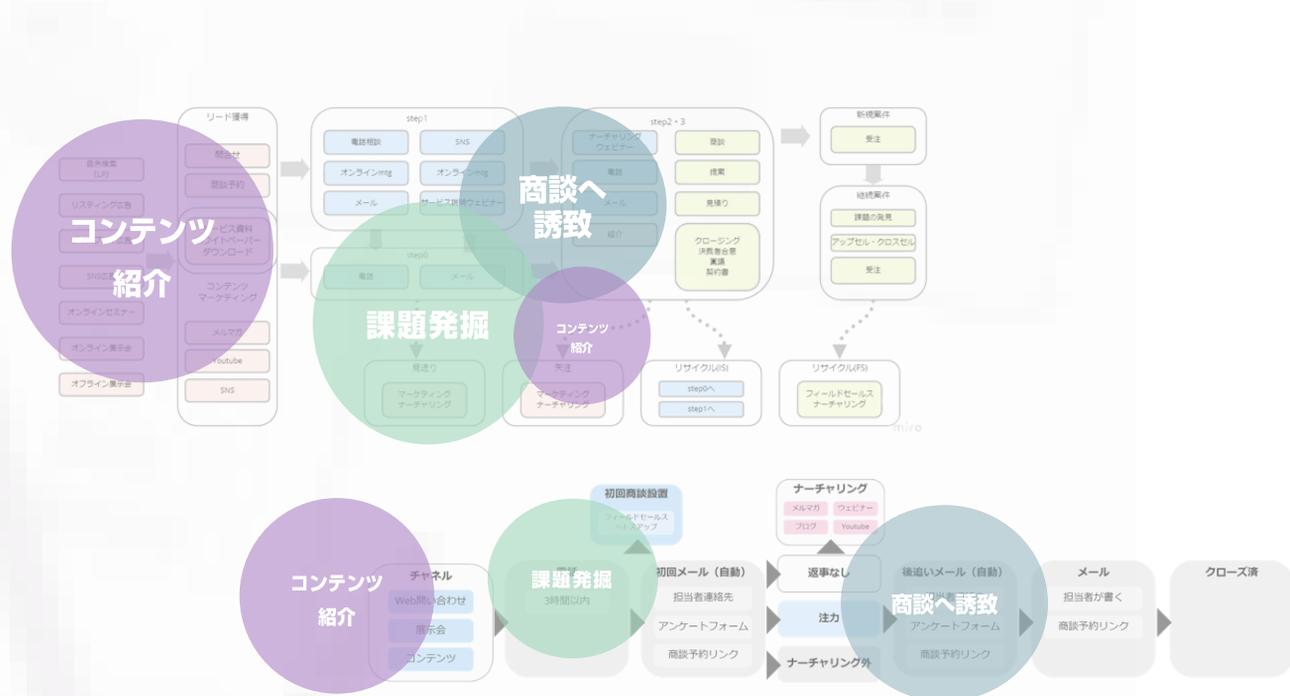
メルマガでブログ・Youtubeを紹介
各コンテンツ週1回配信
マーケ担当者or広報担当者

インサイドセールス担当者より課題のヒアリング
課題を発掘するためのコミュニケーション

商談後連絡が取れない
時間がかかっている担当者
へお伺いのメール・次のアクションを促す

メールマーケティング成功させるコツまとめ

どのような書き方でも落とし込むことができます



メールマーケティングは

1. 導線を可視化

2. 誰から誰に何を伝えるか明確に

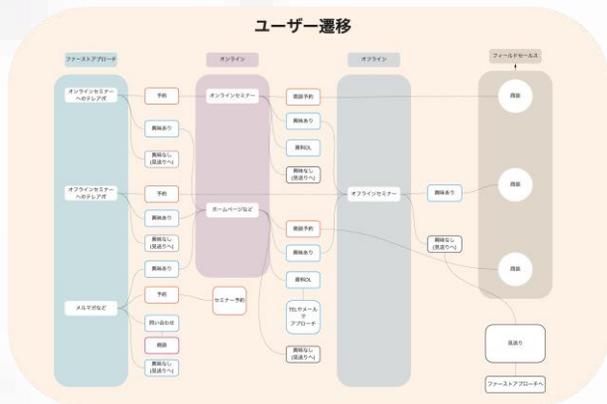
3. ユーザーに期待するアクションを絞る

デジタルソリューション支援では
ユーザー遷移の書き起こし～戦略設計、
実施についてご支援可能です！

ケーススタディ

オフラインセミナー・資料請求・問合せのみでリードを獲得している
オンラインセミナーやメルマガなど、新たにリード獲得の
きっかけを増やしてアポイントが欲しい

ユーザー遷移を書き出した上で、
オンラインセミナーからの流入を想定し追加しました。
施策の大きな役割を整理することで、複合的なメールでのアプローチと
アクションの目的が明確に。



SFA・CRMツールの導入も同時に行うことで、
スプレッドシートで管理している顧客管理とオンラインセミナー・
メールの送信履歴などを一元管理することができます。



とりあえず
話を聞く



株式会社soraプロジェクト

企業理念	成長する企業のエンジンとなる事で経済の発展に寄与する
代表取締役社長	樋口 裕貴
所在地	【本社】 福岡県筑紫野市上古賀3丁目1-1
	【東京オフィス】 東京都港区六本木1-4-5
	アークヒルズサウスタワー16F ほか、3拠点
従業員数	120名（パート、契約社員含む）
パートナー	600名
資本金	15,000,000円
設立	2007年3月26日
認証資格	ISO27001／ISMS 登録番号 IA110300

SFA・CRM
の導入支援

マーケティング
戦略
の設計

リード獲得の
相談

デジタルソリューション事業部

ディレクター 小池 達也

ご相談・お問い合わせ
ご予約はこちらで承ります

