

ステップメールの

書き方と

テンプレート

無料レポート

ダウンロード、有り難う御座いました。
製作：mixi 活用術研究会

著作権について

本特別マニュアルは、(以下、本教材と表記)は、著作権法で保護されている著作物です。本教材の使用に際しましては、以下の点にご注意ください。

本教材の著作権は、タカテック有限会社にあります。
タカテック有限会社の書面による事前許可なく、本教材の一部または全部をあらゆるデータ蓄積手段(印刷物、電子ファイル、ビデオ、テープレコーダー等)により複製、流用および転載、転売(オークション含む)することを禁じます。

使用許諾契約書

本契約は、本教材を購入した個人・法人(以下、甲と称す)とタカテック有限会社(以下、乙と称す)との間で合意した契約です。本教材を甲が受け取り、パッケージを開封することによりこの契約に同意したことになります。

第1条 本契約の目的

乙が著作権を有する本教材に含まれる情報(ノウハウ、テクニック等)を、本契約に基づき甲が独占的に使用する権利を許諾するものです。

第2条 禁止事項

本教材に含まれる情報は、著作権法によって保護されています。甲が本教材から得た情報を乙の書面による事前許可を得ずして出版、講演活動及び電子メディアによる配信等により一般公開することを禁じます。特に当ファイルを第三者に渡すことは厳しく禁じます。甲は、自らの事業、所属する会社及び関連組織(販売店・代理店等)においてのみ本教材に含まれる情報を使用できるものとします。

第3条 契約の解除

甲が本契約に違反したと乙が判断した場合、乙は使用許諾契約書を解除することができるものとします。

第4条 損害賠償

甲が本契約の第2条に反した場合、本契約の解除にかかわらず、乙に対し、その違約金として、違反点数と販売価格を乗じたものの15倍の金額を払うものとします。

第5条 責任の範囲

本教材の情報の使用の一切の責任は甲にあり、この情報を使って損害が生じたとしても、乙は一切の責任を負いません。

目次

■はじめに.....	4
■ステップメールとは？	5
■ステップメールの注意点.....	6
■ステップメールを出すタイミング	7
■ステップメールテンプレート.....	8
■おわりに.....	9

■はじめに

こんにちは、mixi 活用術研究会の高藤です。無料レポートダウンロードしていただきありがとうございます。

本マニュアル中にあるホームページURLは、
↓こういう感じです。
<http://mixikatuyo.blog41.fc2.com/>

このような、ホームページURLをクリックするとそのホームページを見る事ができます。ホームページURLの上にマウスを持って行きマウスが人差し指の形に変わったらクリックして下さい。

また、文字色が青でアンダーライン付きの場合もリンク付きになっています。
例えば、↓
[mixi活用術研究会](#)

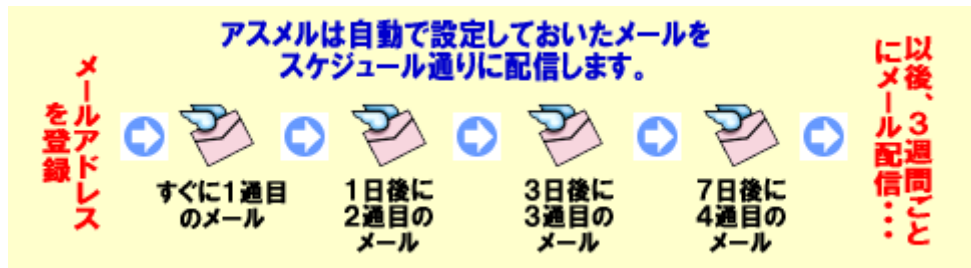
もし、クリックできない場合は、下記のリンクから最新のAdobeReaderをダウンロードしてください。(無料ソフトです)
<http://www.adobe.co.jp/products/acrobat/readstep2.html>

ダウンロードして、まだクリックしてもホームページが立ち上がらない場合は別窓でインターネットエクスプローラーなどのブラウザを先に立ち上げてからもう一度、クリックしてみてください。

■ ステップメールとは？

ステップメールとは、あらかじめ設定しておいたメール内容を、スケジュールごとに配信するシステムです。

たとえば、「資料請求」の登録をします。
すると・・・



と、あらかじめ設定しておいたメールが自動で配信されます。

つまり、あなたはパソコンに張り付いていなくても、自動でメールがお客様のフォローをしてくれるのです。

ステップメールで商品の特徴を伝えて、お客さんを教育していくこともできます。
すでに商品を買った人には、アフターフォローでステップメールを使うこともできます。

■ステップメールの注意点

ステップメールは一度設定してしまうと、あとは何もしなくていいのでとても楽です。メールの件名や送信者名などの一般的な内容は一斉配信するときと同じですが、ステップメール特有のいくつかの注意点があります。

ステップメールは一斉配信と違って、読者によって配信されるタイミングとその内容が違います。

重要なのは内容よりもむしろコンタクトを取る回数です。
(もちろん内容も大事です。)

なぜかという、いくら良い内容のメールを送っても読んでもらえないと意味がありません。

そして、1通だけ送るメールよりも3通送るメールのほうが読まれる可能性が高いからです。

だから、いい内容のメールは出来るだけ分割して回数を増やすようにしたほうが良いでしょう。

■ ステップメールを出すタイミング

メールを出すタイミングは、登録後はほぼ毎日、そのあとは、7日後、14日後、21日後、28日後というタイミングで出すと開封される確率が上がる可能性があります。

理由は読者がメールを購読した曜日はその人が同じようにメールチェックする可能性が高いからです。

顧客とあなたとの関係は、どんどん変化していくことも考えておきましょう。

最初はメルマガを購読しているだけの見込み客。そして、商品を買う顧客へ。

さらにいつも商品を買ってくれるファンや、

他の人に商品を紹介してくれるアフィリエイトなどに変化していきます。

こういったそれぞれの状況に応じた配信のシナリオを設計しておきましょう。

■ ステップメールテンプレート

- 1.見込み客に送る「●●の7つの秘密」パート1
- 2.見込み客に送る「●●の7つの秘密」パート2
- 3.見込み客に送る「●●の7つの秘密」パート3
- 4.見込み客に送る「FAQ」
- 5.見込み客に送る「商品を買わない理由」
- 6.見込み客に送る「ダウンセル」
- 7.購入者に送る「アップセル」
- 8.購入者に送る「顧客の声の依頼」
- 9.顧客や見込み客に送る「アフィリエイトの募集1」
- 10.顧客や見込み客に送る「アフィリエイトの募集2」
- 11.アフィリエイト登録者に送る「ウェルカムメール+サブアフィリエイト紹介の案内」



■おわりに

はい、お疲れ様でした。

本レポートがあなたの参考になれば幸いです。

最後までお読みいただきありがとうございました。

インスタントEメール・テンプレート集

2007年12月2日 第1刷発行

著者 高藤洋康

発行 mixi 活用術研究会

ご意見、ご要望専用メールフォーム <http://mo00.jp/mixikatuyo>

mixi 活用術研究会 ウェブサイト <http://mixikatuyo.web.fc2.com/>

== ダウンロード、心より感謝致します。有り難う御座いました。 ==