

メール広告の反応率をあげる為にやるべき5つのこと

～全15項目をチェック診断～

1. 需要と供給のバランスがよい商材及びコンテンツか

- ①原稿の商材・コンテンツは時流（話題性が高い・流行り）に乗っているか？
- ②原稿の商材・コンテンツはニーズ（需要）があるものか？
- ③原稿の商材・コンテンツが供給過多（誰でも手に入る状態）になっていないか？

2. 相手にメリットのある提案（無料オファー）になっているか

- ④魅力的な無料お試し（トライアル）の提案になっているか？
 - ⑤魅力的な無料相談（コンサル）の提案になっているか？
 - ⑥魅力的な無料セミナー（ワーク）の提案になっているか？
- ※↑④～⑥はいずれか一つでもOKです（単なる売込みになっていないことが重要）

3. 競合他社に比べて優位性があるかを検証する

- ⑦実績（成功事例等）があるか？（実績がない場合はトライアルを提案しているか？）
- ⑧価格、サービスは他社に比べて優位性があるか？（安さと品質の優位性）
- ⑨スケジュールは適正か？（納期が長い・セミナー期日がタイトと感じられないか等）

4. 配信先の属性があっているか（業種・地域と、商材がマッチしているか）

- ⑩配信先の業種は適正か？（相手の業種に特化もしくは興味付けしているか？）
- ⑪配信先の地域（商圏）は適正か？
- ⑫想定反応率は？（メールDMは1%のクリック率、問合せフォームDMは10%のクリック率、どちらもクリック数から1～5%の反応を得られることを想定する）

5. 掲載情報に信頼性はあるか？（怪しまれる要素はないか）

- ⑬WEBサイトに電話番号とFAX番号を掲載しているか？
- ⑭コーポレートサイト(HP)とランディングページ(LP)がしっかりあるか？
- ⑮メールアドレスの@以降やHP(SSL対応)URLが独自ドメインになっているか？
（フリーのメールアドレスやプロバイダー発行のメールアドレスの使用は控える）