

The Ultimate Email Marketing Template Pack 55

Eメールマーケティング テンプレートパック厳選55選



AutoPilotAcademy

はじめに	3
E-Bookの使い方	5
E-メールマーケティング成功のポイント	7
E-メールマーケティングマスター講座のご案内	8
Emailライティングの基本	9
信頼関係を構築する	14
Template Group 1 : 登録確認Eメール	15
Template Group 2 : 自己紹介Eメール	18
Template Group 3 : 自己紹介オートメーション	24
Template Group 4 : ニュースレター	38
Template Group 5 : イベント招待	44
商品/サービス紹介と顧客育成	52
Template Group 6 : 商品/サービス紹介	53
Template Group 7 : 事例紹介	58
Template Group 8 : 顧客育成オートメーション	63
商品/サービスの販売	72
Template Group 9 : 商品/サービスの販売	73
Template Group 10 : ウェビナーオートメーション	85
Template Group 11 : 追加販売オートメーション	93
Template Group 12 : カゴ落ちオートメーション	104
ファン化を促す	109
Template Group 13 : 顧客をもてなす	110
Template Group 14 : 謝罪Eメール	114
Template Group 15 : 顧客に紹介を促す	116
顧客リストを健全に保つ	121
Template Group 16 : アンケート協力依頼	122
Template Group 17 : エンゲージメントアップ	125

新鮮なコーヒーを片手に...パソコンを前にして...
あなたは見込み顧客にEメールを送ろうとしています。

しかし、空白のEメールのエディタにコンテンツの入力をしては削除を繰り返す、作業を開始してから10分経っても20分経っても適切な文章を書けないことに気づきます。

一体自分は何を書くべきなのだろうか？
一体自分はどこから始めれば良いのだろうか？

もしかしたらそんなふうに自問自答が始まるかもしれません。
いわゆるライターズ・ブロック (Writer's Block) の心理状態ですね。

質の高いEメールを作成して、継続して、見込み顧客に配信することは、
ビジネスを営むあなたにとって大きな課題です。それでも、あなたの
大事な時間とエネルギーを投資する価値のある課題です。

McKinseyの調査によると、EメールはFacebookやTwitterの40倍、
新規顧客獲得に効果的であるということです。新しい技術が爆発的に
増加しているにも関わらず、過去10年、Eメールが投資対効果という
面で最高の集客チャネルであり続けたということなのです。

ようするに、あなたがご自身のビジネスを成功させようと思うなら、Eメールを書くことから逃げられないのです。

しかし、一方で、Eメールを書くことの大変さに変わりはありません。確かに、Eメールを書き続けることがどれほど大変かは察します。

そこで、私たちは決心しました。

AutoPilotAcademyが実践して特に反響を得られたEメールをテンプレート化してあなたにお届けしようと考えたのです。

本E-Bookでは、登録完了Eメールにはじまり、商品/サービス紹介Eメールや顧客育成オートメーションなど幅広い用途にお使い頂けるEメールテンプレートをご用意いたしました。本E-Bookで紹介しているテンプレートをもとにEメールを作成すれば、魅力的なEメールを簡単に作成して配信することができるようになります。

きっとあなたのビジネスにお役立て頂けることと思いますので、ぜひご利用ください。

本E-Bookは、目的別（例：登録完了時に配信するEメール、商品やサービスの販売時に使用するEメール）に基づいてグループ化して利用価値の高いEメールをテンプレート化しました。

各グループの初めに、そのグループのEメールの果たすべき目的について詳しく記載しています。

あなたのビジネスの目的別にテンプレートを参照してご利用ください。

テンプレートは使いやすく簡単です。

テンプレートをコピーして空拍にあなたのビジネス内容に応じてコンテンツを挿入するだけです。

なお、テンプレートで使用しているショートコードは次ページ記載のとおりです。

【メールマガジン名】の例：AutoPilotAcademyメールマガジン

【無料E-Book名】の例：Facebook広告成功の法則9カ条無料E-Book

【無料ウェビナー名】の例：Eメールマーケティングウェビナー

【無料ダウンロード名】の例：Eメールマーケティングテンプレート

【顧客名/名前】の例：小池英樹

【会社名】の例：AutoPilotAcademy

【リンク先のURL】の例：<https://www.autopilotacademy.jp/>

【会社のスローガン】の例：最先端のデジタルマーケティングのノウハウをあなたへ。

【事業内容】の例：デジタルマーケティングのオンラインスクール

【メールマガジンの内容】の例：最新のデジタルマーケティングに関するお役立ち情報

【配信頻度】の例：週1回

【メールマガジンのメリット】の例：最新のデジタルマーケティングに関する情報をお受け取り頂ける

【受信許可設定用のドメイン名】の例：@autopilotacademy.jp

【顧客の興味関心】の例：インターネットでの集客活動

【顧客の理想の未来】の例：年商〇円

【顧客総称】の例：お客様、クライアント様

【活動年月】の例：2010年1月1日より〇年にわたり

【顧客総数】の例：1,000名

【コンテンツ名】の例：最新Eメールマーケティング

【お問い合わせ先メールアドレス】：support@autopilotacademy.jp

Eメールマーケティング 成功のポイント

Eメールマーケティングで成功するためには、質の高いEメールを作成して配信することが重要です。そういった意味で、本E-Bookはあなたのビジネスにお役立て頂けることと思います。

しかし、Eメールマーケティングで成功するために忘れてはいけない重要なポイントが1つあります。

それは、「より大きく質の高い顧客リストを構築する（リストビルディング）」ことです。※顧客リストを構築することを英語でリストビルディングと呼びます。

顧客リストというのは、ようするに、見込み顧客も含めた顧客の連絡先データベースのことです。Eメールマーケティングの施策を行ううえで、顧客の連絡先の情報として、最低限、メールアドレスが必要となります。

顧客リストは、すべてのマーケティング活動の中核にあるものです。顧客リストがなければ、商品やサービスのセールスのオファーを出すことが出来ません。そのため、マーケティング活動を成功に導くことが出来ないのです。

本E-Bookで紹介しているEメールテンプレートもより大きく質の高い顧客リストを構築してから利用することで成果を発揮するものです。

Eメールマーケティング マスター講座のご案内

[「Eメールマーケティングマスター講座」](#)では、購買意欲の高い優良な顧客リストを構築し、Eメールを活用して効率よく商品やサービスの販売をする方法論について丁寧に解説しています。

動画講座の形式は講師の顔出しとプレゼンテーション資料による解説に加えて、オリジナルのイラストでの解説やPCでの画面操作による解説で構成されています。難しいことも分かりやすく解説するよう工夫されていますので、途中でつまづくこともありません。

ぜひ[「Eメールマーケティングマスター講座」](#)で学び、質の高い顧客リストを構築するとともに、あなたのビジネスでEメールマーケティングを最適化してください。そして、Eメールを活用した販売プロセスをオートパイロット化（自動操縦化）することで、より少ない労力でより多くの売上を得てください。

[「Eメールマーケティングマスター講座」はこちらをクリックしてお申し込み頂けます。](#)あなたのご参加をお待ちいたしております。



Eメール ライティングの 基本

テンプレートを活用してEメールを作成すれば簡単です。
しかし、より効果的なEメールを作成するためには、
Eメールライティングの基本を抑えておく必要があります。

本E-Bookで紹介しているテンプレートを最大限に有効活用する
ためにも、Eメールライティングの11個のポイントを抑えておいて
ください。



1.1つのメールにつき1つの目標達成を目指す

メールは1通につき、1つの目標を達成することを目指してください。コンテンツの提供によるエンゲージメントを高めることが目的なのか、新しい商品やサービスのセールスが目的なのか、目的を明確にして、その目標を達成することができるようなEメールを作成してください。また、メールは長文になりすぎないように、簡潔にすることを心がけてください。

2.見込み顧客に価値を与える

例えば、コンテンツを提供する目的であれば、顧客がそれを知ることにより幸せになることができるようなコンテンツを送る必要があります。Eメールを送る目的が何であれ価値を与えることが重要です。開封してもらった際に、顧客が時間の無駄だったと感じるようなEメールを送らないようベストなコンテンツを提供してください。

3.一貫性を守る

例えば、Eメールマーケティングのガイドブックに関するリードマグネットを受け取った見込み顧客には、Eメールマーケティングに関連する件名や文面が記載されたEメールを送ります。

また、リンク先には、Eメールマーケティングのブログコンテンツなどを指定します。一貫したトピックでコンテンツを提供すれば、顧客からの信頼を獲得できます。

4.対話をするように書く

Eメールは読み手と対話するように書くことが重要です。

「みなさん」といったふうに、その他大勢に語りかけるのではなく、
「あなた」といったふうに一人に語りかけるようにしてください。

また、説得力のある言葉を使いながらも、顧客と顔を見せ合いながら
話すように自然体で語りかけることが重要です。

適宜に質問をするのも効果的です。

5.論理構造を明確にする

Eメールを書くのも、ブログを始めとした各種WEBサイトのコピーを
書くのと同様に論理構造を明確にすることが重要です。

例えば、・・・です。なぜなら・・・

といったふうに、ただ結論を述べるだけでなく、理由も付け加えると
、説得力が増します。また、段落や箇条書きや小見出しを使用して、
読みやすい文書にすると理解してもらいやすくなります。

6.数字を使う

数字を使うことで説得力が増します。

例えば、「EメールマーケティングのROIはインターネットマーケティング
の施策の中で最も高い。」というよりも、「Eメールマーケティング
のROIは4,300%です。」といった方がよりEメールマーケティング
のROIの高さを説明するのに効果的です。

7. 影響力の強い言葉を使う

パワーワードと呼ばれる影響力の強い言葉を適宜に使用すると説得力が増します。例えば、次のような言葉です。

・新しい ・あなた ・無料 ・すぐに ・なぜなら ・紹介 ・簡単 ・アイデア ・奇跡 ・発見 ・創る ・助け ・秘密 ・覚えることができる ・発表 ・販促 ・増加 ・驚き ・進歩 ・今

こういったパワーワードは数多くあります。人が書いているEメールやブログを見て、良いなと思った言葉を控えておくといいです。

8. 感嘆符は慎重に使う

感嘆符（例：「！」、「？」）は慎重に使うようにしてください。件名や本文などで複数回に渡り使用すると、顧客から迷惑メールの報告を受ける可能性が高くなります。

結果として、スパムメール扱いになる恐れがあります。

9. 件名とプレビューで開封を促す

件名とプレビューはメールの開封に大きな影響を与えます。

メールを開封することで得られる顧客のメリットを訴求するようにしてください。

10.送信者の名前や住所やその他要素を書く

送信者の名前はメールのプレビューにも表示される要素です。

個人名を設定するのが適切なのか、企業名を設定するのが適切なのか、両方とも設定するのが適切なのか考えて設定してください。

また、メール本文の署名欄にも名前や住所を書くようにしてください。基本的なことですが、信頼感を獲得するための重要な要素です。

他にも、メールアドレスやWEBサイトのURLを記載することも考えられます。必要に応じて設定してください。

11.行動を訴求する

行動訴求（CTA:call to action）もEメールの重要な要素です。顧客にとってもらいたい行動を促すことで、販売成約につながります。

WEBページへのリンクはテキストによるリンクとボタンによるリンク両方を設定すると効果的です。また、明確な期限や利益を訴求することで行動を促すことができます。

ここまで、Eメールライティングの基本について解説いたしました。顧客の受信トレイには、すでにEメールが溢れています。そのため、誰ももっと多くのEメールを受け取りたいとは思っていません。そんな現状で、顧客になにかしらの期待をしてもらってあなたはメーリングリストに登録してもらえたわけです。その期待に応えることができるようなEメールを送る必要があります。Eメールを作成する際には、何より価値を与えることを忘れないでください。

信頼関係を構築する

登録確認Eメール、自己紹介Eメール、自己紹介オートメーション、ニュースレター、イベント招待などのEメールを配信することで、顧客との信頼関係を構築します。

信頼関係を構築することができれば、商品やサービスを販売する際に、反響を獲得しやすくなります。



Template Group 1

登録確認Eメール

Eメールマーケティングでは、リードマグネットオファー（無料E-Bookや無料ウェビナーのオファー）などに反応して、Eメールを受信することに同意した顧客のみを顧客リストに登録します。

あなたのビジネスに関連性の高いリードマグネットオファーに反応した人は質の高い見込み顧客といえます。

質の高い顧客リストを構築する上で重要なのが、新規メールマガジン登録者に確認メールを送信して、メールアドレスを確認する手順を取ることです。

1回オプトインしてもらうことをシングルオプトインと呼びますが、確認メールを受信した人に再度オプトインしてもらうことをダブルオプトインと呼びます。

ダブルオプトインは、あなたのビジネスに関心の高い見込み顧客を集めるためのフィルタとして機能します。ダブルオプトインを採用することで、質の高い見込み顧客だけをあなたの顧客リストに登録することができます。

結果的に、配信したEメールが迷惑メール報告などされることなく開封してもらうことができ、Eメールの配信到達率を高めることができるようになるのです。

[登録確認Eメールテンプレート](#)

Template1

登録確認Eメール

件名

【会社名/メールマガジン名】メーリングリストの購読の確認をお願い致します。

本文

【顧客名】さん

【会社名/メールマガジン名】のメールマガジンにご登録いただき、誠にありがとうございます。

メールマガジン登録の手続きを完了させるには、下記認証用リンクをクリックしてください。

クリックが完了しましてから、正式にメールマガジン登録の手続きが完了となります。

当社では皆様のプライバシーを最大限尊重しておりますと同時に、皆様から頂戴した個人情報につきましては、いかなる組織または会社とも共有致しません。

購読を認証するには下記リンクをクリックしてください。

【認証用リンク】

Template1

登録確認Eメール

本文（続き）

なお、これから定期的にあなたに【顧客の興味関心】に関する
選りすぐりの情報をご提供させていただきます。

確実にメールをお受け取り頂けるよう、
次のドメインを受信許可アドレスとして設定してください。

ドメインは【@メールアドレスのドメイン】です。

受信許可アドレス設定の方法につきましては、
お使いのメールソフトにより異なります。

GmailやYahoo!メールなどにおける受信許可の設定方法につきましては
は、下記URLにまとめて記載していますので、ご確認ください。

【受信許可設定解説用のリンク】

ご登録いただきありがとうございます。
心より感謝申し上げます。

【会社名/名前】

Template Group 2

自己紹介Eメール

自己紹介のEメールは、登録直後に自動で配信します。自動配信の設定をしておくことで、あなたの自己紹介Eメールが登録者全員に配信されます。

具体的には、リードマグネットオファー（無料E-bookや無料ウェビナーのオファー）等に反応した見込み顧客に、登録完了のEメールを配信するようにします。見込み顧客の情報登録先は、見込み顧客のリストです。最低限、Eメールアドレスを登録してもらいます。

自己紹介のEメールを設定することは、Eメールマーケティングの施策を始めるに当たって、最も重要なポイントといえます。

自己紹介のEメールは見込み顧客全員が最初に受け取るEメールで、その後に送るEメールのトーンを設定するのにも役立ちます。

トーンというのは、ようするに、使う言葉の調子のことです。丁寧なトーンもあれば、気取らないフランクなトーンもあります。

自己紹介のEメールは開封率という意味でも、最高のパフォーマンスを発揮します。90%以上の見込み顧客が開封すると言われています。

そのため、見込み顧客のエンゲージメントを高めるという意味で、非常に重要な役割を果たします。

Template Group 2

自己紹介Eメール

自己紹介Eメールで果たすべき目的は、次のようなものです。

- ・ 感謝を伝える/歓迎する
- ・ Eメールを開封するメリットを伝える
- ・ Eメールを配信する頻度を伝える
- ・ ビジネスについての情報を伝える
- ・ 連絡先を伝える（Eメールアドレス/住所/電話番号/ソーシャルメディアなど）
- ・ ホワイトリスト（受信許可リスト）に設定してもらう
- ・ リードマグネットを提供する（ある場合）

以上のような目的です。

自己紹介Eメールの目的は、あなたのメーリングリストに参加してくれた方々に感謝を伝え、彼らを暖かく歓迎することです。

また、あなたのEメールを開封するメリットやEメールを配信する頻度について知ってもらう絶好の機会です。

自己紹介の際にそれらを明確に伝えておくことで、見込み顧客に今後配信するEメールに期待してもらうことができるようになるとともに、迷惑メール報告されたり、ブロックされたりするリスクを軽減することができます。

Template Group 2

自己紹介Eメール

また、メーリングリストに登録するすべての見込み顧客があなたのお取り扱いの商品やサービスに精通しているわけではありませんので、あなたのビジネス情報について伝えるようにします。電話番号、住所、ソーシャルメディアなどの連絡先情報を追加して、必要に応じて見込み顧客があなたと連絡を取ることができるようにします。

さらに、あなたから送られるEメールを受信許可アドレス、通称、ホワイトリストに設定してもらうことも重要です。ホワイトリストとは、メール受信者が正当なメールの送信元とみなしているIPアドレスのリストのことです。ホワイトリストにIPアドレスを追加してもらえれば、そのIPアドレスから送信されるメールは、通常、迷惑メールに分類されることはありません。

ホワイトリストの設定は、見込み顧客のお使いのEメールクライアント（GmailやYahoo!メールなど）によります。GmailやYahoo!メールをはじめとした代表的なEメールクライアントの設定法については、別途、ホワイトリストの設定方法の案内ページを作成してご覧頂くとともに設定して頂けるように案内します。

自己紹介Eメールは提案するリードマグネットオファーのタイプに応じて、さまざまなタイプのEメールを作成することが考えられます。テンプレートをカスタマイズしてお使いください。

[自己紹介Eメールテンプレート](#)

Template2

自己紹介Eメール

件名

【メーリングリスト名/無料E-Book名/無料ウェビナー名/無料ダウンロード名など】へのご登録ありがとうございます！

本文

【顧客名】さん

はじめまして！【会社名】の【名前】です。

このたびは、【メーリングリスト名/無料E-Book名/無料ウェビナー名/無料ダウンロード名など】をお求めいただきまして、誠にありがとうございます！

【メーリングリスト名/無料E-Book名/無料ウェビナー名/無料ダウンロード名など】は下記リンクからダウンロードして頂けます。
リンクをクリックして、お受け取りください。

【リンク先のURL】

さて、このメールをご覧頂いているということは、
確かに、メーリングリストへの登録を完了したということです。

Template2

自己紹介Eメール

本文（続き）

簡単に自己紹介をさせてください。

私たち【会社名】は、
「【会社のスローガン】」の
キャッチコピーをスローガンに、
【事業内容】をしています。

私たちはこれからあなたに
【メールマガジンの内容】を
【配信頻度】にお届けいたします。

【メールマガジンの内容】をお知り頂ければ、
【メールマガジンのメリット】があります。

ここでしかお伝えしていない貴重な情報をお届けしますので、楽しみにお待ちくださいね。

なお、確実にメールをお受け取り頂けるよう、
下記のドメインを受信許可アドレスとして設定してください！

【受信許可設定用のドメイン名】

Template2

自己紹介Eメール

本文（続き）

なお、お求めいただきました【メールリングリスト名/無料E-Book名/無料ウェビナー名/無料ダウンロード名など】は下記リンクからダウンロードして頂けます。

こちらをクリックしてダウンロードしてください。

【リンク先のURL】

最後までお読みいただきありがとうございました！

今後ともよろしく願いいたします。

【会社名/名前】

Template Group 3

自己紹介オートメーション

オートメーションは、自動化、という意味の英語です。

マーケティングオートメーションは、適切な人にふさわしいメッセージをタイミングよく送る、というEメールマーケティングの大原則を実践するのに役立ちます。

マーケティングオートメーションを実践することで、人間が繰り返し手動で行っていた作業を自動で行うようにすることで、本当に重要な作業のみに集中できるようになります。

例えば、はじめてあなたのWEBサイトを訪問した人がリードマグネットオファーに反応して、オプトインしたとします。この時に、登録して頂いたEメールに、自己紹介を行うEメールを自動で送るようにします。これが、マーケティングオートメーションの一例です。

登録者が発生するたびに、あなたが手動で自己紹介のEメールを送るとしたら、大変なことですね。

1か月に500件の新規登録を獲得しているとしたら、そのたびに500回、自己紹介のEメールを送ることになるのです。

しかし、初回登録者には自己紹介のEメールを自動で送る、という設定を一回行えば、その大変なルーティンワークの作業から解放されるのです。

Template Group 3

自己紹介オートメーション

1つのEメールでは伝えきれないようなビジネスに関する追加情報を伝えたかったり、見込み顧客に商品やサービスのセールスを販売したかったりする場合には、2つ以上の自動返信のEメールで構成される自己紹介オートメーションを用意することをお勧めします。

大抵のビジネスのケースで役立つ自己紹介オートメーションの目標は、適切な自己紹介を行うことで見込み顧客との信頼関係を構築するとともに、最初のセールスを行うことで、集客商品をご購入頂くことです。5本程度のEメールで集客商品の販売成約といった目標を達成できるようにマーケティングオートメーションの仕組みを作ります。

※集客商品とは、見込み顧客にとって非常に魅力的で安価なサービスの提案のことです。集客商品について詳しく学びたい方は、コンバージョンファネル構築マスター講座をご受講ください。

[登録の御礼Eメールテンプレート（登録直後）](#)

[会社紹介Eメールテンプレート（メールリングリスト認証直後）](#)

[コンテンツ提供Eメールテンプレート（登録1日後の午前11時など）](#)

[SNSでつながるEメールテンプレート（登録2日後の午前11時など）](#)

[販売Eメールテンプレート（登録3日後の午前11時など）](#)

[顧客事例Eメールテンプレート（登録4日後の午前11時など）](#)

[よくある質問Eメールテンプレート（登録5日後の午前11時など）](#)

Template3

登録の御礼Eメール

件名

【メーリングリスト名/無料E-Book名/無料ウェビナー名/無料ダウンロード名など】へのご登録ありがとうございます！

本文

【顧客名】さん、はじめまして！

【メーリングリスト名/無料E-Book名/無料ウェビナー名/無料ダウンロード名など】にご登録いただきまして、誠にありがとうございます。

お約束していました【メーリングリスト名/無料E-Book名/無料ウェビナー名/無料ダウンロード名など】は下記のURLから取得可能です。

リンクをクリックして、お受け取りください。

【リンク先のURL】

さて、このメールをご覧頂いているということは、確かに、登録を完了したということです。

私たちはこれからあなたに毎週1回、

【顧客の興味関心】についての最新情報をお届けいたします。

Template3

登録の御礼Eメール

本文（続き）

ここでしかお伝えしていない貴重な情報をお届けしますので、
楽しみにお待ちくださいね。

なお、確実にメールをお受け取り頂けるよう、
下記のドメインを受信許可アドレスとして設定してください！

【受信許可設定用のドメイン名】

受信許可アドレスの設定方法は
下記リンクをクリックしてご確認ください。

【リンク先のURL】

もしなにかご質問がございましたら、
こちらのメールアドレスまでお気軽にご質問ください。

【お問い合わせ先メールアドレス】

ありがとうございました！
今後ともよろしくお願いいたします。

【会社名/名前】

Template4

会社紹介Eメール

件名

【会社名/名前】の自己紹介です！

本文

【顧客名】さん、こんにちは！

あなたについてもっと教えていただきたいと思いますが、
あなたもきっと私たちが何をしているかについて
興味がおありのことでしょう。

そこで、今回は、私たちの仕事についてお話したいと思います。

【会社名/名前】は、
【事業内容】をしています。

【活動年月】にわたって、
【事業内容】を行ってきました。

今日までに、【顧客総数】を超える
【事業内容】をさせていただきました。

本文（続き）

例えば、次のようなお仕事です。

【実績1】

【実績2】

【実績3】

他にも数多くの【顧客総称】に
私たちのサービスをご利用いただいています。

詳細については、下記URLのページをご覧くださいね。

【リンク先のURL】

私たちのお仕事に興味を持たれた方は、お気軽にご連絡ください！
またご連絡します！

【会社名/名前】

Template5

コンテンツ提供Eメール

件名

【コンテンツ名】を公開します！

本文

【顧客名】さん、こんにちは！

今日は【コンテンツ名】を
あなたにお教えしたいと考えています。

これは私たちが実践している
【コンテンツ名】です。

ぜひ下記URLをクリックしてご覧ください。

【コンテンツ名1】：【リンク先URL1】

【コンテンツ名2】：【リンク先URL2】

【コンテンツ名3】：【リンク先URL3】

コンテンツをお楽しみください！
またご連絡します！

【会社名/名前】

Template6

SNSでつながるEメール

件名

SNSでつながりましょう！

本文

【顧客名】さん、こんにちは！

きっとあなたは【顧客の興味関心】に関する
業界の最新情報をいち早く知りたいのではないのでしょうか。

もしそのようにお考えでしたら、
ぜひ私たちとSNSでつながりましょう！

下記リンクからあなたのお気に入りの
SNSで私たちをフォローしてくださいね。

Facebook：【リンク先URL】

Twitter：【リンク先URL】

その他SNS：【リンク先URL】

あなたからのフォローをお待ちしています！

【会社名/名前】

件名

【商品名/サービス名】のご紹介です！

本文

【顧客名】さん、こんにちは！

【顧客の興味関心】をしたいとお考えではありませんか？

それなら【商品名/サービス名】がおすすめです！

次のような特徴があります。

【商品/サービスで得られる利益1】

【商品/サービスで得られる利益2】

【商品/サービスで得られる利益3】

【商品名/サービス名】の詳細はこちらからご覧頂けます。

【リンク先URL】

本文（続き）

なお、【有料のオファー/無料のオファー】をしています。

ぜひこちらからお申し込みください。

【リンク先URL】

お読み頂きまして、ありがとうございました！

あなたからのご連絡をお待ちしています。

【会社名/名前】

件名

【実績】した【紹介する顧客名】の事例紹介

本文

【顧客名】さん、こんにちは！

【商品名/サービス名】を活用して【実績】した
【紹介する顧客名】さんの事例をご紹介します。

【紹介する顧客名】さんは、
【紹介する顧客の状態】です。

【商品名/サービス名】を活用して、
【顧客の理想の未来】になりました。

事例の詳しい詳細は、下記URLからご覧ください。

【リンク先URL】

あなたも【顧客の興味関心】したいとお考えではありませんか？

本文（続き）

それなら【商品名/サービス名】がおすすめです！

【商品名/サービス名】の詳細はこちらからご覧頂けます。

【リンク先URL】

なお、【有料のオファー/無料のオファー】をしています。

ぜひこちらからお申し込みください。

【リンク先URL】

ご不明な点がございましたら、お気軽にお問い合わせください！

お問い合わせ先は、下記メールアドレスです。

【問い合わせ先メールアドレス】

あなたからのご連絡をお待ちしています！

【会社名/名前】

Template9

よくある質問Eメール

件名

【商品名/サービス名】に寄せられるよくある質問とその回答

本文

【顧客名】さん、こんにちは！

【商品名/サービス名】に寄せられる
よくある質問とその回答をまとめました！

【商品名/サービス名へのよくある質問1】

【商品名/サービス名へのよくある質問1への回答】

【商品名/サービス名へのよくある質問2】

【商品名/サービス名へのよくある質問2への回答】

【商品名/サービス名へのよくある質問3】

【商品名/サービス名へのよくある質問3への回答】

その他ご不明な点がございましたら、
お気軽にお問い合わせください！

Template9

よくある質問Eメール

本文（続き）

お問い合わせ先は、下記メールアドレスです。

【問い合わせ先メールアドレス】

なお、【有料のオファー/無料のオファー】をしています。

ぜひこちらからお申し込みください。

【リンク先URL】

あなたからのご連絡をお待ちしています！

【会社名/名前】

Template Group 4

ニュースレター

新しいブログや動画などのコンテンツを投稿した際には、その都度、見込み顧客にニュースレターのタイプのEメールを活用して最新情報を伝えることで、つながりを保つことができ、価値ある情報源として信頼を獲得することができます。

ニュースレターはオートメーションのような自動配信タイプのEメールと違い、手動で配信するタイプのEメールです。配信するタイミングは自由で、あなたとあなたの見込み顧客にとって都合の良い日時に配信することができます。

自由ではありますが、不規則に配信するのではなく、一定のルールを決めて配信すると効果的です。「1週間に1回、月曜日の午前11時に配信する」といったふうにルールを決めます。

コンテンツを作成するペースを考えて、ニュースレターを配信するペースを決めると良いでしょう。なお、1か月に最低1回はEメールを配信するように心がけてください。

それ以上期間を置いてしまうと顧客リストを健全に保つことが難しくなります。場合によっては、せっかく作成したEメールが迷惑メールの報告を受けることなども考えられます。

[コンテンツEメールテンプレート](#)

[業界の最新情報Eメールテンプレート](#)

[改善連絡Eメールテンプレート](#)

Template10

コンテンツEメール

件名

【新しいコンテンツ名】

本文

【顧客名】さん、こんにちは！

本日は新しいコンテンツをあなたにお届けします！

下記から気になるコンテンツをご覧ください。

私たちの最新のブログ記事です！

【コンテンツ1の特徴画像】

【コンテンツ1のタイトル】

【コンテンツ1の説明】

【コンテンツ1へのリンク】

最も人気のあるブログ記事です！

【コンテンツ2の特徴画像】

【コンテンツ2のタイトル】

【コンテンツ2の説明】

【コンテンツ2へのリンク】

Template10

コンテンツEメール

本文（続き）

あなたに知っておいて頂きたい記事です！

【コンテンツ3の特徴画像】

【コンテンツ3のタイトル】

【コンテンツ3の説明】

【コンテンツ3へのリンク】

ぜひコンテンツをご覧ください。

またご連絡しますね。

【会社名/名前】

Template11

業界の最新情報Eメール

件名

【業界の最新情報】に関する最新情報

本文

【顧客名】さん、こんにちは！

私は【業界の最新情報】に関する
最新情報のをお伝えしたいと思います。

ぜひあなたに知っておいていただきたい
【業界】の情報です。

【業界の最新情報の特徴画像】

【業界の最新情報のタイトル】

【業界の最新情報の説明】

【業界の最新情報へのリンク】

きっとあなたのお役に立つことと思います。
またご連絡しますね。

【会社名/名前】

Template12

改善連絡Eメール

件名

【商品名/製品名】の最新情報

本文

【顧客名】さん、こんにちは！

私たちは【商品名/製品名】の
改善に取り組んでいました！

新しくなった【商品名/製品名】の
【新しい機能】がどのように
あなたの【興味関心】のお役に立てるのか
についてご説明したいと思います。

【新しい機能の名称】

【新しい機能で得られる顧客のメリット】

この【商品名/製品名】の改善についての詳細は、
新しい記事で詳しくご説明しています。
ぜひ下記リンクをクリックしてご覧ください。

【リンク先URL】

Template12

改善連絡Eメール

本文（続き）

私たちは今後もあなたの【興味関心】のお役に立ちたいと考えています。

【商品名/製品名】についての感想をぜひお聞かせください！

あなたのお声を【商品名/製品名】の改善に活かしていきます。

【会社名/名前】

Template Group 5

イベント招待

リアルでのセミナーやWEB動画でのセミナーなどのイベントを開催するにあたって、参加者を募ったり、参加者をフォローアップしたりするのにEメールは有効活用できます。

〇年〇月〇日〇時開催といったオンタイムでのセミナーを開催する場合には、作成したEメールを手動で配信します。

一方で、録画されたWEB動画セミナーを開催するのであれば、Eメールを自動化されたキャンペーンとして設定します。

イベントを開催することで、顧客とより強固な関係を構築することができます。また、商品やサービスの販売をするのにも絶好の機会といえます。

ぜひイベントを開催するに当たって、
次に紹介するEメールテンプレートをご活用ください。

[イベント招待Eメールテンプレート](#)

[参加御礼Eメールテンプレート](#)

[ウェビナー開催Eメールテンプレート](#)

[リプレイEメールテンプレート](#)

Template13

イベント招待Eメール

件名

【イベント名】へのご招待

本文

【顧客名】さん、こんにちは！

【イベント開催日時】の
【イベント開催場所】で開催される
【イベント名】にあなたをご招待します！

【イベント名】では【イベントのメリット】があります。

きっとあなたの【興味関心】のお役に立てることと思います。

ぜひ下記ページからお申し込みください。

【リンク先URL】

【イベント名】であなたにお会いできるのを楽しみにしています！

【会社名/名前】

Template14

参加御礼Eメール

件名

【イベント名】参加への御礼

本文

【顧客名】さん、こんにちは！

先日【イベント名】であなたと
直接お会いできて光栄でした！

きっとあなたも【イベント名】を
お楽しみ頂けたのではないのでしょうか。

さて、【イベント名】でご案内した
【有料のオファー/無料のオファー】は
ご検討いただけましたでしょうか？

ぜひ下記ページからお申し込みください！
きっとあなたの【興味関心】のお役に立てるはずです。

【リンク先URL】

Template14

参加御礼Eメール

本文（続き）

もし何かご不明な点等ございましたら、
お気軽に下記メールアドレスまでお問い合わせください。

【お問い合わせ先メールアドレス】

あなたからのお申し込みを心よりお待ちしております！
今後ともよろしくお願いいたします。

【会社名/名前】

Template15

ウェビナー開催Eメール

件名

【ウェビナー名】開催のご案内

本文

【顧客名】さん、こんにちは！

【ウェビナー開催日時】の【ウェビナー名】に開催します！

ぜひあなたにご参加頂ければと思います。

【ウェビナー名】では、【ウェビナーの内容】についてお話しします。
。

このウェビナーにご参加頂ければ、

【ウェビナーのメリット1】

【ウェビナーのメリット2】

【ウェビナーのメリット3】

があります。

ぜひ下記ページからお申し込みください！

【リンク先URL】

Template15

ウェビナー開催Eメール

本文（続き）

もちろん無料でご参加いただけます。

なお、ウェビナー定員人数の【ウェビナー定員人数】に達した際には、お申し込みの受付を終了とさせていただきますので、ご了承ください。

ウェビナーにご参加いただけましたら、後日、WEBセミナーのリプレイもご覧いただけるようにいたします。

ウェビナーについて何か質問がありましたら、下記メールアドレス宛までお気軽にお問い合わせください。

【お問い合わせ先メールアドレス】

【ウェビナー名】でお会いできるのを楽しみにしています！
よろしくお願いいたします。

【会社名/名前】

Template16

リプレイEメール

件名

【ウェビナー名】リプレイのご案内

本文

【顧客名】さん、こんにちは！

先日は【ウェビナー名】にご参加いただき、
ありがとうございました！

ウェビナーのリプレイの準備が整いました。

下記をクリックしてご覧ください。

【リンク先URL】

リプレイは【リプレイ終了日時】までご覧いただけます。

あなたの【顧客の興味関心】に関する
貴重なヒントを得ることができます。

なお、【ウェビナー名】でご案内した【有料のオファー/無料のオファー】のお申し込み日時は、【有料のオファー/無料のオファーのお申し込み日時】までとなっています。

Template16

リプレイEメール

本文（続き）

定員は【有料のオファー/無料のオファーの定員】です。

お申し込みが定員に達した際には、
早めにお申し込みの受付を終了とさせていただきますので、
ご了承ください。

あなたからのお申し込みを心よりお待ちしております！
よろしくお願いいたします。

【会社名/名前】

商品/サービス 紹介と顧客育成

商品紹介Eメール、サービス紹介Eメール、事例紹介Eメール、顧客育成オートメーションなどのEメールを配信することで、顧客に商品やサービスを購入してもらいます。

商品/サービスを使用するメリットや商品/サービスの使用方法や商品/サービスの価値を伝えることで、多くの顧客から購入してもらうことができるようになります。



顧客と長期的に友好関係を築こうとするのであれば、過度に商品やサービスの宣伝を控えることが重要です。

商品やサービスの特徴や、商品やサービスを購入することで得られる利益を丁寧に紹介し、柔らかく販売することで、長期間にわたって顧客と友好関係を保つことができるのです。

Eメールマーケティングにおけるコンテンツ提供Eメールと販売Eメールの黄金律は、コンテンツ提供4:販売1です。この黄金律から大きく外れないようにEメールを配信します。

また、販売のEメールは目標に応じて自動で配信するか手動で配信するかを選択します。

販売のEメールを配信する際に、次に紹介するEメールのテンプレートをご利用ください。

[商品販売Eメールテンプレート](#)

[サービス販売Eメールテンプレート](#)

Template17

商品販売Eメール

件名

【商品名】をお試しください！

本文

【顧客名】さん、こんにちは！

あなたは【商品名】をお使いになられたことがありますか？

【商品名】をお使いいただければ、
あなたには次のような恩恵があります。

【商品で得られる利益1】

【商品で得られる利益2】

【商品で得られる利益3】

【商品名】の詳細はこちらからご覧いただけます。

【リンク先URL】

Template17

商品販売Eメール

本文（続き）

【商品名】は下記ページからご購入いただけます！

【リンク先URL】

最後までお読みいただき、ありがとうございました！
よろしくお願いいたします。

【会社名/名前】

Template18

サービス販売Eメール

件名

【サービス名】をお試しく下さい！

本文

【顧客名】さん、こんにちは！

あなたは【サービス名】をお使いになられたことがありますか？

【サービス名】をお使いいただければ、
あなたには次のような恩恵があります。

【サービスで得られる利益1】

【サービスで得られる利益2】

【サービスで得られる利益3】

【サービス名】の詳細はこちらからご覧いただけます。

【リンク先URL】

Template18

サービス販売Eメール

本文（続き）

【サービス名】は下記ページからご購入いただけます！

【リンク先URL】

最後までお読みいただき、ありがとうございました！
よろしくお願いいたします。

【会社名/名前】

Template Group 7

事例紹介

顧客のケーススタディーは、商品やサービスのベネフィットを伝えることができるとともに、購入を検討している見込み顧客の不安を打ち消し、購買を後押しするのに有効です。

Q&Aの形式やビデオインタビューの形式などを活用して、顧客のストーリーを提示すると説得力が増します。

次に紹介するEメールのテンプレートをご利用ください。

[商品の事例紹介Eメールテンプレート](#)

[サービスの事例紹介Eメールテンプレート](#)

Template19

商品の事例紹介Eメール

件名

【事例紹介の顧客名】が【商品名】を使って【顧客の理想の未来】になった事例紹介

本文

【顧客名】さん、こんにちは！

【商品名】を使って【事例紹介の顧客が得られた利益】した【事例紹介の顧客名】さんをご紹介します。

【事例紹介の顧客名】さんは
【事例紹介の職業・年齢・性別など】です。

【商品名】を使うまで、【事例紹介の顧客が抱えていた悩みや課題】でお困りでした。

そして、【商品名】をお使い頂けたところ、
【顧客の理想の未来】になりました！

Template19

商品の事例紹介Eメール

本文（続き）

【事例紹介の顧客】さんの詳しいお話は
下記ページからご覧いただけます。

【リンク先のURL】

あなたも【商品名】を試してみませんか？

下記ページからお申し込みいただけます！

【リンク先のURL】

ご不明な点がございましたら、
下記のお問い合わせ先まで
お気軽にお問い合わせください。

【お問い合わせ先メールアドレス】

あなたからのご連絡を心よりお待ちしております！
よろしくお願いいたします。

【会社名/名前】

サービスの事例紹介Eメール

件名

【事例紹介の顧客名】が【サービス名】を使って【顧客の理想の未来】になった事例紹介

本文

【顧客名】さん、こんにちは！

【サービス名】を使って【事例紹介の顧客が得られた利益】した【事例紹介の顧客名】さんをご紹介します。

【事例紹介の顧客名】さんは
【事例紹介の職業・年齢・性別など】です。

【サービス名】を使うまで、【事例紹介の顧客が抱えていた悩みや課題】でお困りでした。

そして、【サービス名】をお使い頂けたところ、
【顧客の理想の未来】になりました！

Template20

サービスの事例紹介Eメール

本文（続き）

【事例紹介の顧客】さんの詳しいお話は
下記ページからご覧いただけます。

【リンク先のURL】

あなたも【サービス名】を試してみませんか？

下記ページからお申し込みいただけます！

【リンク先のURL】

ご不明な点がございましたら、
下記のお問い合わせ先まで
お気軽にお問い合わせください。

【お問い合わせ先メールアドレス】

あなたからのご連絡を心よりお待ちしております！
よろしくお願いいたします。

【会社名/名前】

Template Group 8

顧客育成オートメーション

顧客育成オートメーションは、見込み顧客の購買意欲を高めることを目標としたマーケティングオートメーションです。手動ではなく、自動で配信されるようにEメールキャンペーンの設定を行います。

顧客育成オートメーションは、B2BでもB2Cでも利用可能なマーケティングオートメーションです。

このオートメーションで重要なのが、まず見込み顧客が抱えている問題に焦点を当てることです。

見込み顧客にご自身が抱えている問題を知ってもらい、それから解決策を紹介し、最善の解決策としてあなたのお取り扱いの商品やサービスを紹介するのです。

そうした流れで自然と見込み顧客を購買に導きます。

オートメーションで設定するEメールキャンペーンの各Eメールには1日～2日の間隔を置きます。

[課題提起Eメールテンプレート（開始）](#)

[解決策提示Eメールテンプレート（1日～2日）](#)

[販売Eメールテンプレート（3日～4日）](#)

[よくある質問Eメールテンプレート（5日～6日）](#)

[特別割引Eメールテンプレート（7日～8日）](#)

Template21

課題提起Eメール

件名

【顧客が抱えている課題】でお悩みのあなたへ

本文

【顧客名】さん、こんにちは！

もしあなたが【顧客が抱えている課題】でお悩みでしたら、
あなたは決して一人ではありません！

同じような悩みを抱えている【顧客総称】がいらっしゃいます。
どのように悩みを解決したかをご紹介します。

ぜひ下記リンク先をクリックしてご覧ください。

【リンク先URL】

私はあなたがどのようにして【顧客が抱えている課題】を
解決すれば良いのかが分かります。

またご連絡しますね！

【会社名/名前】

Template22

解決策提示Eメール

件名

【顧客が抱えている課題】の解決策をご紹介します

本文

【顧客名】さん、こんにちは！

先日ご紹介したブログ記事はご覧いただけましたでしょうか？

きっと【顧客が抱えている課題】を解決する方法をご理解いただけたことと思います。

あなたと同じような悩みを抱えている【顧客総称】の方々の多くが、
【商品名/サービス名】を利用されることによって悩みを解決されています。

ぜひあなたもお試しになってみませんか？

【商品名/サービス名】をご利用いただければ、
【商品名/サービス名で得られる利益1】、
【商品名/サービス名で得られる利益2】、
【商品名/サービス名で得られる利益3】、
を得ることができます。

Template22

解決策提示Eメール

本文（続き）

【商品名/サービス名】の利用方法につきましては、
下記ページをご覧ください。

【リンク先URL】

最後までお読みいただき、ありがとうございます！
またご連絡しますね。

【会社名/名前】

件名

【商品名/サービス名】があなたの【顧客が抱えている課題】を解決します

本文

【顧客名】さん、こんにちは！

【商品名/サービス名】はあなたが抱えている【顧客が抱えている課題】を解決します。

【商品名/サービス名】をご利用いただければ、

【商品名/サービス名で得られる利益1】

【商品名/サービス名で得られる利益1の説明】

【商品名/サービス名で得られる利益1を解説したリンク】

【商品名/サービス名で得られる利益2】

【商品名/サービス名で得られる利益2の説明】

【商品名/サービス名で得られる利益2を解説したリンク】

【商品名/サービス名で得られる利益3】

【商品名/サービス名で得られる利益3の説明】

【商品名/サービス名で得られる利益3を解説したリンク】

本文（続き）

を得ることができます。

ようするに、あなたが抱えている

【顧客が抱えている課題】を確実に解決できるのです。

【商品名/サービス名】について、何かご質問がございましたら
下記のお問い合わせ先メールアドレスまでお気軽にお問い合わせください。

【お問い合わせ先メールアドレス】

あなたからのご連絡を心よりお待ちしております！
よろしくお願いいたします。

【会社名/名前】

Template24

よくある質問Eメール

件名

【商品名/サービス名】に関するご質問はありませんか？

本文

【顧客名】さん、こんにちは！

【商品名/サービス名】に寄せられる
よくある質問とその回答をまとめました。

下記ページからご覧ください。

【商品名/サービス名に寄せられるよくある質問とその回答1】

【商品名/サービス名に寄せられるよくある質問とその回答1のリンク】

【商品名/サービス名に寄せられるよくある質問とその回答2】

【商品名/サービス名に寄せられるよくある質問とその回答2のリンク】

【商品名/サービス名に寄せられるよくある質問とその回答3】

【商品名/サービス名に寄せられるよくある質問とその回答3のリンク】

【商品名/サービス名】に関するご質問はありませんか？

Template24

よくある質問Eメール

本文（続き）

もし何かご不明な点がございましたら、
下記お問い合わせ先までお気軽にお問い合わせください。

【お問い合わせ先メールアドレス】

あなたからのご連絡を心よりお待ちしております！
またご連絡しますね。

【会社名/名前】

Template25

特別割引Eメール

件名

今すぐ【商品/サービスの割引】を受け取ってください！

本文

【顧客名】さん、こんにちは！

本日から【商品/サービスの割引の期限】までに
【商品名/サービス名】のお申し込みをいただければ、
【商品/サービスの割引】の割引を適応させていただきます！

期間限定での特別割引ですので、
今すぐ下記ページからお申し込みください！

【リンク先URL】

あなたからのお申し込みを心よりお待ちしております！

【会社名/名前】

商品/サービスの 販売

一般的なセールス、格安セールス、商品やサービスのアップデート、アフィリエイト、フォローアップなど、多様な販売の形式に合わせて使えるEメールテンプレートをご用意いたしました。

商品やサービスの販売の際にご利用ください。



Template Group 9

商品/サービスの販売

特定の商品/サービスを販売し、宣伝するためには無数の方法があります。一般的なセールス、格安セールス、商品やサービスのアップデート、アフィリエイト、フォローアップなど、様々です。

商品/サービス販売のEメールは時間と販売が密接に関わるケースが多いものです。〇年〇月〇日〇時までにお申し込み頂ければ、〇%割引をするといったふうな販売です。こうした販売もEメールで送信すると効果的です。

プロモーションを自動配信で行う場合には、日時やプロモーションコードまで自動で最適化することが重要です。期限切れのプロモーションコードを見せるなどといったことがないように注意します。

B2B、B2Cに関わらず、次に紹介するEメールテンプレートは利用価値が高い物になっています。ぜひあなたのビジネスに合わせてご利用ください。

- [一般的な販売Eメールテンプレート](#)
- [セール販売Eメールテンプレート \(1\)](#)
- [セール販売Eメールテンプレート \(2\)](#)
- [セール終了前Eメールテンプレート](#)
- [記念行事Eメールテンプレート](#)
- [紹介Eメールテンプレート](#)

Template26

一般的な販売Eメール

件名

【商品名/サービス名】のご案内

本文

【顧客名】さん、こんにちは！

【商品名/サービス名】はご存知ですか？

【商品名/サービス名】をお使いいただければ、
きっとあなたの【興味関心】にお役に立てます。

【商品名/サービス名】をお使いいただくことで、
【商品/サービスを利用することで得られる利益1】、
【商品/サービスを利用することで得られる利益2】、
【商品/サービスを利用することで得られる利益3】
を得ることができます。

【商品名/サービス名】の詳細は下記ページをクリックしてご覧いただけます。ぜひご自身で確かめてみてください。

【クリック先URL】

Template26

一般的な販売Eメール

本文（続き）

【商品名/サービス名】の価格は【商品名/サービス名の価格】です。
下記ページをクリックしてご購入いただけます。

【クリック先URL】

何かご不明な点がございましたら、
下記お問い合わせ先までご連絡ください。

【お問い合わせ先メールアドレス】

あなたからのご連絡を心よりお待ちしております！
よろしくお願いいたします。

【会社名/名前】

Template27

セール販売Eメール（1）

件名

【商品名/サービス名】が【セール期日】まで【セール価格】

本文

【顧客名】さん、こんにちは！

【商品名/サービス名】を【セール期日】まで
【セール価格】でお求めいただけます！

今すぐ下記ページをクリックして、お申し込みください！

【クリック先URL】

【会社名/名前】

Template28

セール販売Eメール（2）

件名

【商品名/サービス名】が【セール期日】まで【セール価格の割引】

本文

【顧客名】さん、こんにちは！

【商品名/サービス名】を【セール期日】まで
【セール価格の割引】でお求めいただけます！

今すぐ下記ページをクリックして、お申し込みください！

【クリック先URL】

セールが終了するまであと【セール期日終了までの時間】です。
今すぐお買い求めください！

【会社名/名前】

Template29

セール終了前Eメール

件名

【セール価格】でお買い求め頂けるのは【セール期日】まで！

本文

【顧客名】さん、こんにちは！

【商品名/サービス名】を【セール価格】でお買い求め頂けるのは
【セール期日】までです！

時間がなくなってきましたので、お急ぎください！

今すぐ下記ページをクリックして、お申し込みください！

【クリック先URL】

【商品名】をお買い求めいただければ、
【商品で得られる利益1】、
【商品で得られる利益2】、
【商品で得られる利益3】
を得ることができます！

Template29

セール終了前Eメール

本文（続き）

【商品名/サービス名】の価格は【商品名の価格】です。
下記ページをクリックしてご購入いただけます。

【クリック先URL】

何かご不明な点がございましたら、
下記お問い合わせ先までご連絡ください。

【お問い合わせ先メールアドレス】

あなたからのご連絡を心よりお待ちしております！
よろしくお願いいたします。

【会社名/名前】

件名

【記念行事】を【商品名/サービス名】でお祝いしませんか？

本文

【顧客名】さん、こんにちは！

【記念行事の日】は【記念行事】ですね！

【記念行事】には【商品名/サービス名】でお祝いしませんか？

【セール期日】まで【商品名/サービス名】を【セール価格】でお買い求めいただけます！

今すぐ下記ページをクリックしてお買い求めください！

【クリック先URL】

【会社名/名前】

Template31

顧客の声Eメール

件名

【商品名】にお寄せいただいた声

本文

【顧客名】さん、こんにちは！

私たちは【商品名/サービス名】について多くのことをお話していますが、本日は、【顧客の総称】からいただいたお声をご紹介します！

【顧客の声1】

【顧客の声2】

【顧客の声3】

いかがでしょうか？

多くの【顧客の総称】にご満足いただいているのが見て取れるのではないのでしょうか。

次はあなたの番です！

Template31

顧客の声Eメール

本文（続き）

ぜひ【商品名/サービス名】をお試しいただき、
率直なお声を私たちにお寄せください。

【商品名】は下記ページをクリックしてお買い求めいただけます！

【クリック先URL】

【会社名/名前】

件名

【紹介する商品名/サービス名】のご紹介

本文

【顧客名】さん、こんにちは！

本日は【紹介する商品名/サービス名】をご紹介します！

【紹介する商品名/サービス名】には、
【紹介する商品名/サービス名から得られる利益1】、
【紹介する商品名/サービス名から得られる利益2】、
【紹介する商品名/サービス名から得られる利益3】、
を得ることができます。

【紹介する商品名/サービス名】は【紹介する商品/サービスを販売している企業】で提供されています。

【紹介する商品/サービスを販売している企業】は【紹介する商品/サービスを販売している企業の説明】です。

【紹介する商品名/サービス名】は【紹介する商品名/サービス名の価格】でお買い求めいただけます。

Template32

紹介Eメール

本文（続き）

下記ページをクリックしてお買い求めください！

【クリック先URL】

【会社名/名前】

P.S.

私たちは時々私たちのお気に入りの商品/サービスを【顧客の総称】にお届けするために、企業と提携しています。【顧客の総称】が商品/サービスを購入された際に、小さな手数料を受け取ることにご注意ください。

Template Group 10

ウェビナーオートメーション

各種イベントは、通常は、オートメーションではなく、手動でEメールを配信します。

イベント自体がタイムリーなサービスですから、自動化しにくいものなのです。ただし、定期的に録画されたWEBセミナーを開催する予定がある場合は、オートメーション化が可能です。

いわゆるオートウェビナー、エバーグリーンウェビナーといったイベントです。

このタイプの目標は、見込み顧客や既存顧客のエンゲージメントを高め、商品やサービスの成約に導くことです。

ウェビナーのフォームに登録して頂くことで、顧客リストのセグメンテーション化や顧客リストの質を高く保つのに役立ちます。

5本程度のEメールで商品およびサービスの販売成約といった目標を達成できるようにマーケティングオートメーションの仕組みを作ります。

[ウェビナー招待のEメールテンプレート](#)

[ウェビナー登録御礼のEメールテンプレート](#)

[ウェビナー開催のEメールテンプレート](#)

[ウェビナーリプレイのEメールテンプレート](#)

[販売Eメールテンプレート](#)

Template33

ウェビナー招待のEメール

件名

【顧客名】さん、【ウェビナー名】にご参加ください！

本文

【顧客名】さん、こんにちは！

【ウェビナー開催日時】に開催する【ウェビナー名】にご招待します！

【ウェビナー名】では、

【ウェビナー内容1】

【ウェビナー内容2】

【ウェビナー内容3】

といった、【ウェビナー内容】に欠かせない情報をお伝えします！

参加をご希望される場合は、下記URLからお申し込みください！

【リンク先URL】

先着【ウェビナー定員】様限定のイベントとなっています。

ぜひお早目にご参加ください！

【会社名/名前】

ウェビナー登録御礼のEメール

件名

【ウェビナー名】登録の御礼

本文

【顧客名】さん、こんにちは！

このたびは、【ウェビナー名】にご登録いただきまして、誠にありがとうございました！

本ウェビナーでは、【ウェビナー内容】の成功に欠かせない情報をお伝えいたします！

ぜひ楽しみにお待ちくださいね。

なお、ウェビナーは、【ウェビナー開催日時】に開催いたします。

お時間になりましたら、下記URLにアクセスしてください。

【リンク先URL】

当日、あなたとお会いできるのを楽しみにしています！

【会社名/名前】

Template35

ウェビナー開催のEメール

件名

【ウェビナー名】を開催いたします！

本文

【顧客名】さん、こんにちは！

【ウェビナー開催までの残り時間】に、

【ウェビナー名】を開催いたします！

お時間になりましたら、
下記URLからご参加ください。

【リンク先URL】

後ほど、あなたとお会いできるのを楽しみにしています！

【会社名/名前】

件名

【ウェビナー名】のリプレイのご案内です！

本文

【顧客名】さん、こんにちは！

昨日は、私たちの【ウェビナー名】にご参加いただき、誠にありがとうございました！

当日のウェビナーのリプレイ動画をご用意いたしました。

リプレイ動画は【ウェビナーリプレイ期限】までご覧いただけます。

下記URLからご覧ください。

【リンク先URL】

きっとあなたの【興味関心】にお役立ていただけることと思います。

なお、ウェビナーでご案内いたしました【有料のオファー】の募集の締め切りは、【有料のオファー締切日時】までとなっています。

本文（続き）

先着【有料のオファーの定員】で募集を締め切りますので、ご検討されているようでしたら、下記URLからぜひお早めにお申し込みください！

【リンク先URL】

お読みいただきまして、ありがとうございました！

【会社名/名前】

件名

【有料のオファー締切日時】に締め切り！最後のチャンスです！

本文

【顧客名】さん、こんにちは！

【有料のオファー】の募集が【有料のオファー締切日時】に締め切りとなりました！

検討されていまして、ぜひお早めに下記URLからお申し込みください！

【リンク先URL】

【有料のオファー】にお申し込み頂ければ、次の様なメリットがあります。

【有料のオファーに申し込むことで得られる利益1】

【有料のオファーに申し込むことで得られる利益2】

【有料のオファーに申し込むことで得られる利益3】

本文（続き）

お申し込みは下記URLからお願いします！

【リンク先URL】

お早めにお申し込みください！

あなたからのお申し込みを楽しみにお待ちしております！

【会社名/名前】

Template Group 11

追加販売オートメーション

自己紹介タイプのオートメーションをはじめとした商品/サービスのセールスのオファーに反応して、購入してもらった顧客に、追加で商品/サービスのセールスを行うタイプのオートメーションです。プロモーションは手動ではなく自動で配信されるように設定します。

目標は、顧客のエンゲージメントをさらに高め、二回目以上のセールスを行うことで、更に利益率の高い商品/サービスをご購入頂くことです。

5本程度のEメールで追加の商品/サービスの販売成約といった目標を達成できるようにオートメーションの仕組みを作ります。

各Eメールの間には適度に日時を置くようにすることが重要です。

[購入の御礼Eメールテンプレート（購入直後）](#)

[フォローEメール（1）テンプレート（1日後～2日後）](#)

[フォローEメール（2）テンプレート（3日後～4日後）](#)

[追加販売Eメール（1）テンプレート](#)

[追加販売Eメール（2）テンプレート](#)

Template39

購入の御礼Eメール

件名

【購入頂いた商品名/サービス名】お申し込みの御礼

本文

【顧客名】さん、こんにちは！

このたびは、【購入頂いた商品名/サービス名】に
お申し込みいただきまして、誠にありがとうございました！

心より御礼申し上げます。

さて、お申し込み頂きました【購入頂いた商品名/サービス名】には、
次のような特徴があります。

【購入頂いた商品/サービスの特徴1】

【購入頂いた商品/サービスの特徴1の説明】

【購入頂いた商品/サービスの特徴2】

【購入頂いた商品/サービスの特徴2の説明】

【購入頂いた商品/サービスの特徴3】

【購入頂いた商品/サービスの特徴3の説明】

Template39

購入の御礼Eメール

本文（続き）

【購入頂いた商品名/サービス名】の利用法は、
下記URLにまとめて記載していますので、ご覧ください。

【リンク先URL】

なお、【購入頂いた商品名/サービス名】を使っていて、
ご不明な点等ございましたら、弊社ヘルプまでお気軽にお問い合わせ
ください！

お問い合わせ先は下記メールアドレスです。

【お問い合わせ先メールアドレス】

サポート時間は【サポート時間】です。

お問い合わせ頂いてから、【サポートに要する時間時間】にご連絡い
たします。

ありがとうございました！

引き続き、よろしくお願いいたします！

【会社名/名前】

Template40

フォローEメール（1）

件名

【購入頂いた商品名/サービス名】のご利用法

本文

【顧客名】さん、こんにちは！

【購入頂いた商品名/サービス名】をお使い頂いていますか？

【購入頂いた商品名/サービス名】には、
【購入頂いた商品/サービスの特徴】があります。

【購入頂いた商品/サービスの特徴】をご利用いただければ、
【購入頂いた商品/サービスで得られる利益】を得ることができます。

あなたの【顧客の興味関心】の
お役に立ちますので、ぜひご利用ください。

なお、ご利用法につきましては、
下記URLの動画でも解説しています。

【リンク先URL】

Template40

フォローEメール（1）

本文（続き）

なお、【購入頂いた商品名/サービス名】を使っていて、
ご不明な点等ございましたら、弊社ヘルプまでお気軽にお問い合わせ
ください！

お問い合わせ先は下記メールアドレスです。

【お問い合わせ先メールアドレス】

お読みいただきありがとうございました！
またご連絡します！

【会社名/名前】

Template41

フォローEメール（2）

件名

【購入頂いた商品名/サービス名】のご利用でお困りの点はありませんか？

本文

【顧客名】さん、こんにちは！

【購入頂いた商品名/サービス名】の使用でお困りの点はありませんか？

あなたの【顧客の興味関心】を満たすすべてがそろっていますので、ぜひご利用ください。

数ある特徴の中でもおすすめのものを紹介します！

【購入頂いた商品/サービスの特徴1】

【購入頂いた商品/サービスの特徴1の説明】

【購入頂いた商品/サービスの特徴1のリンク先URL】

【購入頂いた商品/サービスの特徴2】

【購入頂いた商品/サービスの特徴2の説明】

【購入頂いた商品/サービスの特徴2のリンク先URL】

Template41

フォローEメール（2）

本文（続き）

【購入頂いた商品/サービスの特徴3】

【購入頂いた商品/サービスの特徴3の説明】

【購入頂いた商品/サービスの特徴3のリンク先URL】

なお、【購入頂いた商品名/サービス名】をご利用されていて、
ご不明な点等ございましたら、弊社ヘルプまでお気軽にお問い合わせ
ください！

お問い合わせ先は下記メールアドレスです。

【お問い合わせ先メールアドレス】

お読みいただきありがとうございました！
またご連絡します！

【会社名/名前】

Template42

追加販売Eメール（1）

件名

【追加販売の商品名/サービス名】のご案内

本文

【顧客名】さん、こんにちは！

【購入頂いた商品名/サービス名】をご購入いただいたあなたに、特別なサービスのご提案があります。

それは、【追加販売の商品名/サービス名】です！

詳細は下記ページからご覧ください。

【リンク先のURL】

本商品/本サービスは次の様な方が対象です。

【追加販売の商品/サービスの対象者1】

【追加販売の商品/サービスの対象者2】

【追加販売の商品/サービスの対象者3】

Template42

追加販売Eメール（1）

本文（続き）

以上の様な方向けに、【追加販売の商品名/サービス名】をご提供します！

本商品/本サービスについて、何かご質問がございましたら、
下記お問い合わせ先までお気軽にお問い合わせください。

【お問い合わせ先のメールアドレス】

お申し込みは下記URLからお願いします。

【リンク先のURL】

あなたからのお申し込みを心よりお待ちしております！

【会社名/名前】

Template43

追加販売Eメール（2）

件名

【事例紹介の顧客名】が【追加販売の商品名/サービス名】を使って【顧客の理想の未来】になった事例紹介

本文

【顧客名】さん、こんにちは！

【追加販売の商品名/サービス名】を使って【事例紹介の顧客が得られた利益】した【事例紹介の顧客名】さんをご紹介します。

【事例紹介の顧客名】さんは
【事例紹介の職業・年齢・性別など】です。

【追加販売の商品名/サービス名】を使うまで、
【事例紹介の顧客が抱えていた悩みや課題】でお困りでした。

そして、【追加販売の商品名/サービス名】をお使い頂けたところ、
【顧客の理想の未来】になりました！

【事例紹介の顧客】さんの詳しいお話は
下記ページからご覧いただけます。

Template43

追加販売Eメール（2）

本文（続き）

【リンク先のURL】

あなたも【追加販売の商品名/サービス名】を試してみませんか？

下記ページからお申し込みいただけます！

【リンク先のURL】

ご不明な点がございましたら、
下記のお問い合わせ先まで
お気軽にお問い合わせください。

【お問い合わせ先メールアドレス】

あなたからのご連絡を心よりお待ちしております！
よろしくお願いいたします。

【会社名/名前】

Template Group 12

カゴ落ちオートメーション

ネットショッピングにおいて、顧客が購入を完了する前に放棄する割合は、67.45%というデータがあります。およそ3分の1の見込み顧客が購入直前に離脱しているのです。

カゴ落ちする理由は様々です。

最終的な購入価格が思ったよりも高かった、送料に不満がある、支払い方法の選択肢が少ない、安全性が心配だといったように、様々な理由があります。

その一方で、購入中のプロセスでWEBサイトの応答が停止したとか、ログインしていたのにタイムアウトしてしまったとか、インターネットの回線が途中で途絶えてしまった、といったふうに意図せずに購入を放棄してしまうことがあるのです。

モバイルは特に有線に比べて通信環境が不安定です。

そのため、カゴ落ちした見込み顧客の中には放棄したいという意思がないにもかかわらず、購入を断念してしまうケースもあるということを理解する必要があります。

そのため、適切なフォローアップを行うことで、購入に導くことができる可能性があります。

Template Group 12

カゴ落ちオートメーション

カゴ落ちした見込み顧客に購買を促すEメールを配信すれば、半数の人が開封して、3分の1の人が購入に至るというデータもあります。

カゴ落ちオートメーションは簡単に作成できますので、ぜひ実践していただきたいと思います。次のEメールテンプレートを参考にしてください。

[カゴ落ちEメール \(1\) テンプレート \(カゴ落ち後1時間\)](#)

[カゴ落ちEメール \(2\) テンプレート \(カゴ落ち後24時間\)](#)

[カゴ落ちEメール \(3\) テンプレート \(カゴ落ち後48時間\)](#)

Template44

カゴ落ちEメール（1）

件名

お買い忘れありませんか？

本文

【顧客名】さん、こんにちは！

【商品名/サービス名】をご利用いただきありがとうございます！

ショッピングカートに保存されていた商品をご案内いたします。

【カゴ落ち商品】

下記URLから決済の完了が可能です！

【リンク先URL】

売り切れてしまう前にお買い求めください。

何かお困りの点やご不明な点がありましたら、【お問い合わせ先メールアドレス】までお気軽にお問い合わせください。

【会社名/名前】

Template45

カゴ落ちEメール（2）

件名

決済を完了してください！

本文

【顧客名】さん、こんにちは！

【商品名/サービス名】をご利用いただきありがとうございます！

ショッピングカートに保存された商品のカートの期限は【カート期限】までです。

人気商品につき、今回の機会を逃すと、手に入らなくなる可能性があります。ぜひこの機会にご購入ください！

下記URLから決済の完了が可能です。

【リンク先URL】

何かお困りの点やご不明な点がありましたら、【お問い合わせ先メールアドレス】までお気軽にお問い合わせください。

【会社名/名前】

Template46

カゴ落ちEメール（3）

件名

送料を無料にいたします！

本文

【顧客名】さん、こんにちは！

【商品名/サービス名】をご利用いただきありがとうございます！
今回、特別に、送料を無料にさせていただくことにいたしました！

下記URLから決済の完了が可能です。

【リンク先URL】

なお、ショッピングカートに保存された商品のカートの期限は【カート期限】までです。

送料無料は今回限りの特別なご案内になります。

ぜひこの機会にご購入ください！

何かお困りの点やご不明な点がありましたら、【お問い合わせ先メールアドレス】までお気軽にお問い合わせください。

【会社名/名前】

ファン化を促す

見込み顧客を顧客に転換した後も、Eメールマーケティングはその役割を終えていません。

商品やサービスのアップデート、誕生日のEメール、感謝のメール、お詫びのメールなど、様々なケースに応じてEメールを配信することで、顧客のファン化を促すことができます。



顧客をもてなす

見込み顧客を新規顧客に育てた後は、商品やサービスを何度も購入してもらえるリピート顧客に育てる必要があります。

見込み顧客を新規顧客に育てるためには、大きなエネルギーが必要です。新規顧客は、それほど大切なものなのです。1回でも商品やサービスを購入してくれた新規顧客には、フォローアップし続けることで、リピート顧客に育てたいものです。

そのために効果的なEメールを2つほどご紹介します。

1つ目は商品およびサービスのアップデートに関するEメールです。ポイントは、何よりも顧客を喜ばせることです。1回売って、何もサポートをしないのではなく、中長期的にサポートをする姿勢を見せることで、リピート購入を決断してもらうことが可能になります。

もう一つの例が誕生日のお祝いのEメールです。

登録して頂いている顧客情報から、誕生日のデータを引き出してきて、誕生月や誕生日に合わせてお祝いのEメールを送ります。

誕生日に合わせて、何か役に立つプレゼントを贈ることで、顧客のエンゲージメントを高めることができます。

[アップデートEメールテンプレート](#)

[誕生日のお祝いEメールテンプレート](#)

Template47

アップデートEメール

件名

【商品名/サービス名】をアップデートしました！

本文

【顧客名】さん、こんにちは！

先日前お買い求めいただきました

【商品名/サービス名】を改善しました！

新しくなった【商品名/サービス名】では

【商品/サービスの新機能】が新しくなりました。

【商品/サービスの新機能】をお使いいただければ、
あなたの【顧客の興味関心】にお役立ていただけます。

詳しい情報は下記ページよりご覧ください。

【リンク先URL】

最後までお読みいただき、ありがとうございました！

【会社名/名前】

Template48

誕生日のお祝いEメール

件名

【顧客名】さん、お誕生日おめでとうございます！

本文

【顧客名】さん、お誕生日おめでとうございます！

私たちは、あなたの今日という日が、
そして、次の1年が素晴らしい年になるよう願っています。

そして、とっておきのプレゼントをご用意いたしました！

下記URLからダウンロードしてください。

【リンク先URL】

気に入ってくれたらうれしいです。

それでは、今日という日をお楽しみください！

【会社名/名前】

謝罪Eメール

ビジネスをする過程では成功ばかり経験できるわけではありません。

時には失敗をすることもあります。

特に、商品やサービスに何かしらの不備があって、顧客に迷惑をかけてしまうといったケースには、注意が必要です。

そのような時には、間違いを素直に認め、謝罪をすることが重要になります。謝罪の形式はEメールばかりではありません。対面や電話といった形式も考えられます。

いずれにせよ、なにかしらのコミュニケーションをとる必要があります。ここでは、顧客との関係を修復することを目的としたEメールテンプレートをご紹介します。必要に応じてお使いください。

[謝罪Eメール（1）テンプレート](#)

[謝罪Eメール（2）テンプレート](#)

Template49

謝罪Eメール（1）

件名

【特定の問題名】に関する御詫び

本文

【顧客名】様

この度は、【特定の問題名】で
ご迷惑をおかけしてしまい、大変申し訳ございません。

現在、私たちは【特定の問題名】の解決に動いています。

【特定の問題名】を解決することができたら、
またご連絡をさせていただきます。

本件に関して何かご不明な点がございましたら、
下記のお問い合わせ先までお気軽にご連絡ください。

【お問い合わせ先メールアドレス】

今後とも何卒宜しくお願い申し上げます。

【会社名/名前】

Template50

謝罪Eメール（2）

件名

【間違って送ったEメールの件名】に関する御詫び

本文

【顧客名】様

先ほどお送りしたEメールに一部誤りがありました。
下記の様に訂正させて頂きたいと考えています。

[誤り] 【誤った内容】

[正しい] 【正しい内容】

大変失礼してしまい、申し訳ございませんでした。
心よりお詫び申し上げます。

このような間違いがないように注意してまいります。
今後とも何卒宜しくお願い申し上げます。

【会社名/名前】

顧客に紹介を促す

Eメールをマーケティングで活用する大きなメリットは、Eメールを活用することで、顧客をあなたのブランドの忠実なファンに転換することができるという点にあります。

Eメールを活用することで、もちろん顧客に価値を与えることができますが、十分な価値を受け取ってもらえれば、顧客に商品やサービスを紹介してもらうことができるようになります。

人々は信頼できる商品やサービスを他の人から聞いたがっています。例えば、インターネットの誕生に伴い、数えきれないほど多くの口コミサイトが誕生しましたが、それらのサイトで良い評価を得ることもビジネスを成功させるうえでは重要です。

Eメールを通して顧客に紹介を促す方法はいくつかあります。

一つには直接的に紹介をお願いする方法です。もう一つは顧客にあなたの商品やサービスについてのレビューを投稿してもらうようにお願いする方法です。いずれにしても、顧客に感謝の意を伝えることが重要です。

次に紹介するテンプレートを参考に紹介を促してみてください。

[紹介依頼Eメールテンプレート](#)

[レビュー依頼Eメールテンプレート](#)

Template51

紹介依頼Eメール

件名

【商品名/サービス名】ご紹介のお願い

本文

【顧客名】さん、こんにちは！

いつも【商品名/サービス名】をご利用いただきまして、誠にありがとうございます！

本日は、一つお願いがありまして、ご連絡いたしました。

【商品名/サービス名】をあなたの知り合いの【顧客の総称】にご紹介いただけないでしょうか？

私たちはあなたが【商品名/サービス名】を気に入ってくれていると信じています。

【商品名/サービス名】があなたの【顧客の興味関心】のお役に立てていると思って頂けたなら、ぜひ困っている周りの【顧客の総称】の方にもご紹介ください。

Template51

紹介依頼Eメール

本文（続き）

「【商品名/サービス名】には【商品/サービスで得られる利益】がありますよ！【リンク先URL】からご覧ください！」とご紹介いただければと思います。

ご紹介いただけた際には、ささやかではありますが、
【御礼のプレゼント】を差し上げます！

ご理解とご協力をよろしくお願いいたします！

【会社名/名前】

Template52

レビュー依頼Eメール

件名

【商品名/サービス名】レビューのお願い

本文

【顧客名】さん、こんにちは！

いつも【商品名/サービス名】をご利用いただきまして、誠にありがとうございます！

本日は、一つお願いがありまして、ご連絡いたしました。

【商品名/サービス名】へのレビューをお願いできないでしょうか？

下記ページからレビューをお願い出来ましたらと思います。

【リンク先URL】

私たちはあなたが【商品名/サービス名】を気に入ってくれていると信じています。

Template52

レビュー依頼Eメール

本文（続き）

もし何か【商品名/サービス名】をご利用いただいておりますことがございましたら、下記のお問い合わせ先までお気軽にご連絡ください。

【お問い合わせ先メールアドレス】

【商品名/サービス名】に興味のある方々にあなたの考えを分かちあっていたただけたなら、
とても助かります！心より感謝いたします。

ご理解とご協力をよろしくお願いいたします！

【会社名/名前】

顧客リストを 健全に保つ

質の高い顧客リストにEメールを送信することは、Eメールマーケティングを成功させるために必要不可欠な要素です。

顧客からアンケートやフィードバックをもらうことは、顧客リストの質を高く維持するのに役立ちます。また、時を経つとともに失ったエンゲージメントを取り戻す努力が大切です。



アンケート協力依頼

質の高い顧客リストにEメールを送信することは、
Eメールマーケティングを成功させるために必要不可欠な要素です。

顧客からアンケートやフィードバックをもらうことは、顧客リストの
質を高く維持するのに役立ちます。

Eメール配信で重要なのは、見込み顧客を含む顧客に価値を提供するこ
とです。

アンケートやフィードバックは、あなたが提供しているサービスがど
れほ支持されているかを理解するのに役立つ機会でもあります。

いただいたアンケートやフィードバックを参考に、サービスの施策を
改善し、顧客にとって価値のあるサービスを提供するようにしてくだ
さい。

[アンケート協力依頼Eメールテンプレート](#)

件名

【商品名/サービス名】アンケートへのご協力のお願い

本文

【顧客名】さん、こんにちは！

日頃より【商品名/サービス名】をご利用いただきまして、誠にありがとうございます！

【商品名/サービス名】では、全ての【顧客の総称】に質の高いサービス提供を目指しており、
その一環として定期的にアンケートのご協力をお願いしております。

商品/サービスをご利用されている中での
ご意見についてお聞かせいただけますでしょうか。

(所要時間：3分程度)

アンケートに回答するご回答いただきました内容を活かし、
より質の高いサービス提供ができるよう取り組んで参ります。

Template53

アンケート協力依頼Eメール

本文（続き）

アンケートへの回答は下記ページからお願いします。

【リンク先URL】

あなたからのご意見を心よりお待ちしております。

ご協力の程、よろしくお願いいたします！

【会社名/名前】

Template Group 17

エンゲージメントアップ

メールマガジンを購読してもらった際には、いずれの見込み顧客も、あなたのコンテンツに期待してくれているものです。

しかし、人間は変わるものです。年月とともに考え方が変わっていくものです。時間が経つにつれて、徐々に関心が薄くなり、Eメールが開封されなくなるということもごく自然なことといえます。

その原因は、もしかしたら、あなたの配信しているEメールのコンテンツが退屈なものだったのかもしれません。それとも、配信頻度があまりに多い、もしくは少なかったのかもしれません。

いずれにせよ、配信したEメールが開封されないということはあなたのEメールマーケティングの施策において、大きなマイナスです。

開封数や開封率が低くなれば、ISPやEメールクライアントからブロックされたり、迷惑メールフォルダに振り分けられる可能性もあります。

エンゲージメントの低い顧客には適切な対処をしなければなりません。対処の方法は次の2通りです。

1. アクティブな顧客リストから削除する
2. 失ったエンゲージメントを取り戻す

以上です。

Template Group 17

エンゲージメントアップ

方法1のアクティブな顧客リストから削除する、についての解説です。60日間Eメールが開封されない顧客はエンゲージメントの低い顧客と判断できます。

そういった顧客は、マーケティングオートメーションのルールにより、アクティブな顧客リストからは削除し、非アクティブな顧客リストに登録し直すというのが一つの方法です。

もしEメールの配信頻度が1か月に1回程度であれば、2回Eメールを開封されなかっただけで、アクティブな顧客リストから削除することになってしまいます。この場合は、日にちではなく、5回続けてEメールが開封されなかったら、アクティブな顧客リストから削除する、といったふうにルールを設定すると良いです。

毎週1回程度はEメールを配信されているのであれば、60日間のルールで充分です。

次に、方法2の再エンゲージメントオートメーションにより失ったエンゲージメントを取り戻すためのEメールのテンプレートが次に紹介するものです。あなたのビジネスに照らし合わせて、カスタマイズしてご利用ください。

[購買意欲を高めるEメール \(1\) テンプレート](#)

[購買意欲を高めるEメール \(2\) テンプレート](#)

件名

【顧客名】さん、お久しぶりです！

本文

【顧客名】さん、こんにちは！

ご無沙汰しておりますが、お元気でしょうか？

しばらくメールを開封されていないようでしたので、心配になってご連絡いたしました。

この60日間の間であなたが見過ごされたコンテンツをまとめました。

ぜひ下記URLをクリックしてご覧になられてください。

1. 【コンテンツ名1】 【コンテンツ1のリンク先URL】
2. 【コンテンツ名2】 【コンテンツ2のリンク先URL】
3. 【コンテンツ名3】 【コンテンツ3のリンク先URL】
4. 【コンテンツ名4】 【コンテンツ4のリンク先URL】
5. 【コンテンツ名5】 【コンテンツ5のリンク先URL】

本文（続き）

また、今回、あなたのために特別なプレゼントをご用意いたしました！

【顧客の興味関心】を行うのにとっても役立つ【プレゼント名】です。

下記URLからダウンロードしてお使いください。

【リンク先URL】

あなたが気に入ってくれたらうれしいです！

【会社名/名前】

件名

【顧客名】さん、お久しぶりです！

本文

【顧客名】さん、こんにちは！

ご無沙汰しておりますが、お元気でしょうか？

今後もメールをお送りしてよろしいでしょうか？

もしメールの配信を希望されるようでしたら、下記URLの記事をクリックしてご覧ください。

【コンテンツ名】 【コンテンツのリンク先URL】

クリックされない場合につきましては、恐れながら、メールの配信を停止させていただきます。

お読みいただきまして、ありがとうございました！

【会社名/名前】

以上、本E-Bookでは効果的なEメールを作成するための方法とすぐに使えるテンプレートについて解説いたしました。

あなたがEメールを配信するために必要なものが本E-Bookには全て揃っています。
ご紹介しているテンプレートをもとに、
Eメール作成を開始されてください！

本E-BookをもとにEメールを活用することで、顧客との永続的かつ有益な関係をより早く構築することができます。

本E-Bookで紹介しているテンプレートがあなたのこれからのEメール作成のお役に立てることを願っています。



また、本E-Bookで学ばれた方は、ぜひ [「Eメールマーケティングマスター講座」](#) で学び、質の高い顧客リストを構築するとともに、あなたのビジネスでEメールマーケティングを最適化してください。そして、Eメールを活用した販売プロセスをオートパイロット化（自動操縦化）することで、より少ない労力でより多くの売上を得てください。

[「Eメールマーケティングマスター講座」はこちらをクリックしてお申し込み頂けます。](#) あなたのご参加をお待ちいたしております。

AutoPilotAcademy からのご挨拶

オートパイロットアカデミーは見込み顧客獲得と成約率向上のための最善の方法をお教えしています。

デジタルマーケティングフライトスクールで得られたノウハウをお使いいただければ、ネットを使って顧客との強固な関係を構築することができるようになり、小さな企業でも大きな成長を実現することができます。

各ソーシャルメディアで最先端のデジタルマーケティングの情報を発信しています。ぜひ下記リンクからフォローしてください。

