

メルマガの開封率を高めるために。今すぐ実践できる5つのコツ

【マーケティングファネル構築 マスター講座】 Vol.18

※講座画面

メルマガ配信における重要KPI



メルマガの配信にはいくつかの重要KPIがありますが、なかでもとりわけ大切なのが、**到達率**と**開封率**。メルマガによって見込み顧客を育成するためにはまず、メルマガを確実に相手へ届け、開いてもらう必要があるからです。

※講座画面

メルマガの到達率と開封率の改善



到達率

Average 90%~95%

改善策

- ✓ エラーアドレスを除外する。
- ✓ メルマガの容量を抑える（画像圧縮など）
- ✓ スпам判定につながる語句・記号を用いない。



開封率

Average 15%~20%

改善策

4Uの原則



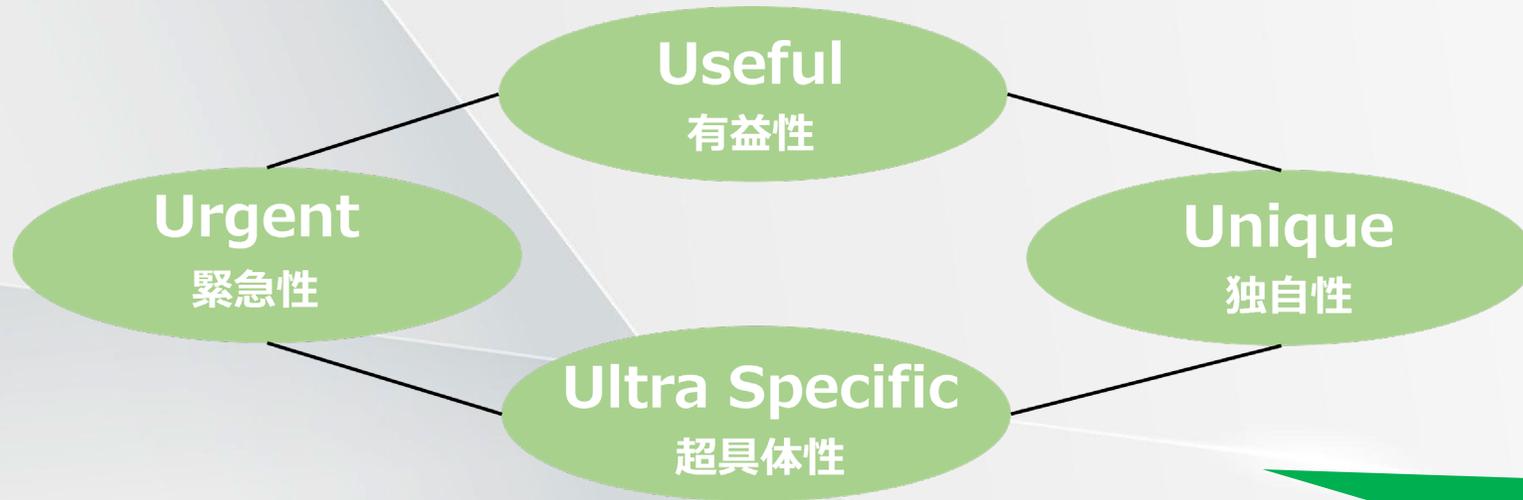
+ 配信頻度と
タイミング最適化

到達率の改善は、エラー原因をメルマガ配信システムによって特定できることもあり、それほど難易度が高くありません。

一方の開封率は、配信者がどういった工夫を施すかによって大きく変わってきます。平均15%~20%ですが、**打ち手次第で大きく伸ばすことも可能**です。

※講座画面

4Uの原則とは？



マイケル・マスターソン

アメリカの企業経営者・作家・コンサルタント。
主な著書に「臆病者のための科学的起業法」など。

4つの要素を件名に盛り込むことで
メルマガの開封率 ↑

4Uの原則は、アメリカ人起業家のマイケル・マスターソン氏が提唱するライティングメソッドです。タイトルや見出しを作成する際は、**上記4つの要素を盛り込む**ことで、読み手の目を惹きつけることができます。

※講座画面

開封率をUPさせるために

有益性
Useful

1 読み手のメリットを冒頭に

4Uの1つである有益性（Useful）を確保するには、読み手のメリットを**シンプルかつ明確に**伝えるのが第一。以下のように数値を交えながら、件名の冒頭で訴求しましょう。

ある経営コンサルティング会社は、メルマガの件名冒頭の文言を自社のメディア名からプレゼントを付与する旨に変えたことで、開封率を**約60%**伸ばしました。

例.クラウド会計のメルマガなら

- 初回登録で3カ月・料金0円
- 面倒な仕訳作業を80%カット
- インボイスが5分でわかる無料セミナー

文字数は
15~20文字を目安に

※講座画面

2 デッドラインを提示する

冒頭でメリットを訴求したら、次は期限・制限の提示です。

サービスの実施期間や特典配布期間、参加人数の上限など、デッドラインを示すことによって読み手に「**今チェックしないと**」という気持ちが芽生え、**開封につながります**。

こうしたワードはメルマガ配信におけるキラーワードと呼ばれ、B2B領域に限らず、広く用いられています。

- 本日限定
- 7月31日まで
- 参加者30名限定
- 残りあと5日間 など



※講座画面

3 送り手目線の情報を削ぎ落とす

件名の具体性を高めるには、**逆の視点から考える**のがポイントです。

たとえば、「ご愛顧ありがとうございます」「感謝の気持ちを込めて」といった謝辞は、メルマガを受け取った側からすれば型どおりの挨拶に過ぎず、ほぼ何も伝わりません。「3周年記念配信」「Vol.23」といった送り手目線のナンバリングも同様です。

こうしたありきたりかつ無意味な文言を削ぎ落とすことで他の情報が際立ち、結果として件名の具体性を高められます。



ありきたりな文言は
メルマガが埋もれる原因に

※講座画面

開封率をUPさせるために

独自性
Unique

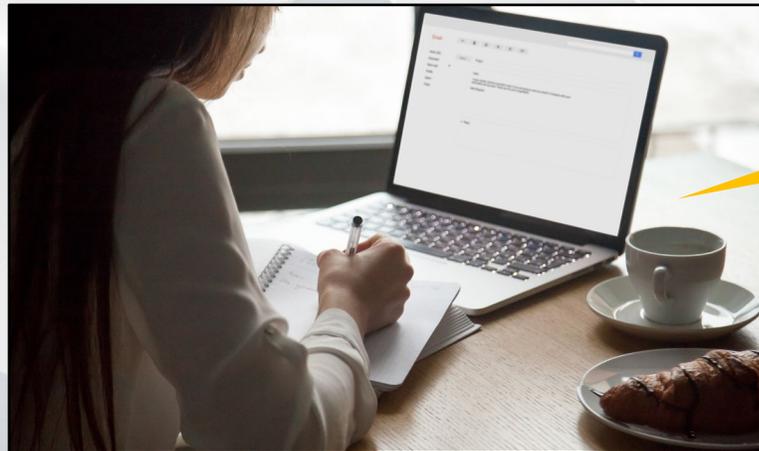
4 アイキャッチの強いワード・記号を組み合わせる

「驚愕した」「今注目の」「たった1つの」といった文言は読み手の目にとまりやすく、件名に含めることで開封率UPにつながる可能性があります。

また、最近では差別化を図るために、件名にあえて配信担当者の氏名を入れたりするB2Bサービス企業も増えてきているようです。

トーン&マナーに配慮する必要はありますが、独自性を高めるにはこうした要素に記号や絵文字を組み合わせるのが効果的です。

多用しすぎないように注意して
キャッチーな要素をバランスよく



※講座画面

配信のタイミングと頻度について



B2Bのメルマガの場合…

- ✓ 開封率が高いのは **AM10:00** 台
- ✓ 曜日別では **火水木**（土日は平日の半分）
- ✓ 配信頻度が **月3回** を超えると
開封率が下がる傾向あり

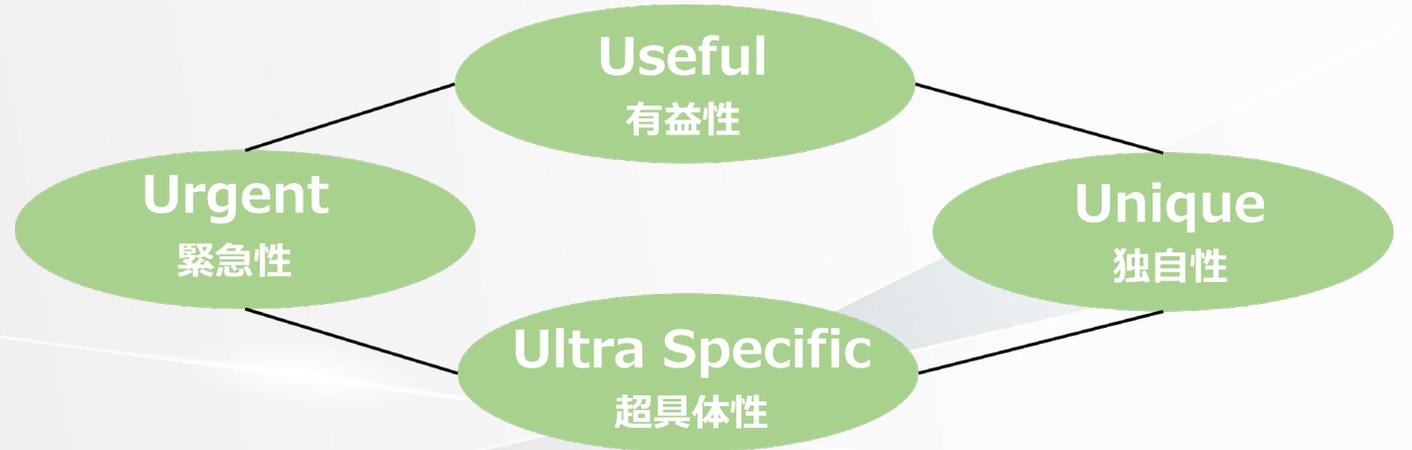
あるメールマーケティング会社の調査によると、開封率が最も高いのは午前10時台。曜日別では火曜日から木曜日が高く、配信が月3回を超えると開封率が下がる傾向があることがわかりました。

業種や見込み顧客の属性などによっても変わってきますが、B2B領域のメルマガは、**隔週につき1回の配信を基本とし、週半ばの午前中に届けるのがおすすめです。**

※講座画面

まとめ メルマガの開封率を高めるには

- 1 読み手のメリットを冒頭に
- 2 デッドラインを提示する
- 3 送り手目線の情報を削ぎ落とす
- 4 アイキャッチの強いワード・記号を組み合わせる



4Uの原則にあわせて件名を作成し
配信のタイミングと頻度を最適化すること

※講座画面