



Mlritz
メルリッツ

売り上げを上げるショッピングカート

一斉メール活用について

2018年1月23日 改訂
株式会社グローアップウェア

改訂履歴

日付	版	内容
2018/1/23	2.0	改訂

■なぜ、売上が上がらないのか？	4
■でも、どうやって見込顧客を集めたらいいのか？	5
■では、早速メールで集めたらいいのか？	7
■フォームの設置はカンタンか？	8
■なぜ、一斉配信ソフトは問題が多いのか？	11
■さらに、一斉配信ソフトはこうも問題が多いのか？	12
■なぜ、一斉配信サービスにも問題があるのか？	13
■なぜ、顧客管理で悩む人が多いのか？	14
■あなたに適した仕組みはないものなのでしょうか？	15
■マーケッターの助言に悩まされたことはありませんか？	15
■すべての悩みを解決するシステムを開発することはできるのか？	16
■そこで、あることを私たちは考えました	17
■最後に	18

なぜ、多くの方はメールマーケティングができないのでしょうか？

やってみると大変だ。これが、メールマーケティングをやってみた私の感想でした。

インターネットマーケティングを勉強されている方なら、メールマーケティングについてのノウハウを勉強したはず。でも、実際やってみると、こんなに面倒なことはなかったのです。今からお話する内容は、あなたが歩む道かもしれません。

■なぜ、売上が上がらないのか？

一般的な集客方法として、検索エンジンからの集客があります。検索エンジンの検索結果からリンクをクリックして、あなたのサイトにアクセスしてきます。

アクセスしてきた人は、検索エンジンで検索をしたキーワードに関心のある人たちです。これらの人たちのことを潜在顧客と呼びます。



あなたのサイトに来て、商品やサービスに興味があれば購入し、新規顧客となります。

しかし、興味がなければ、当然、他のサイトへワンクリックでアクセスしてしまいます。仮に、あなたのサイトをブックマークをしていたとしても、再度アクセスされることはほぼないのが事実です。



そこで、あなたは気付くはずです。潜在顧客から新規顧客を集める仕組みしか作っていないから、本当はもっと儲かる可能性があるのに、機会損失になっているのだと。

潜在顧客の中には、今は買いたくないが、いつかは欲しいと思っている人や、今は検討中の人があります。そういった人たちのことを見込顧客と呼びます。

見込顧客を集める仕組みがあれば、もっと注文が増えるのになって思いますよね。

■でも、どうやって見込顧客を集めたらいいのか？

見込顧客を集める方法は、商品に興味のある人を潜在顧客の中から選ぶことです。選ぶためには、潜在顧客にメリットのあるものを提供しなければなりません。

なぜなら、見込顧客を集めるということは、見込顧客の情報を集めて、リスト化することですから、お客様から名前やメールアドレスといった情報をいただかなくてはなりません。

ネットショップのサイトで個人情報を出すということは、お客様にとって勇気のいることです。

「売り込まれるのではないか？」「情報が流出するのではないか？」

こういった不安の中、情報をいただくわけですから、お客様にメリットのあるものを提供しなければ、見込顧客のリストは集まらないのも当然ですよね。

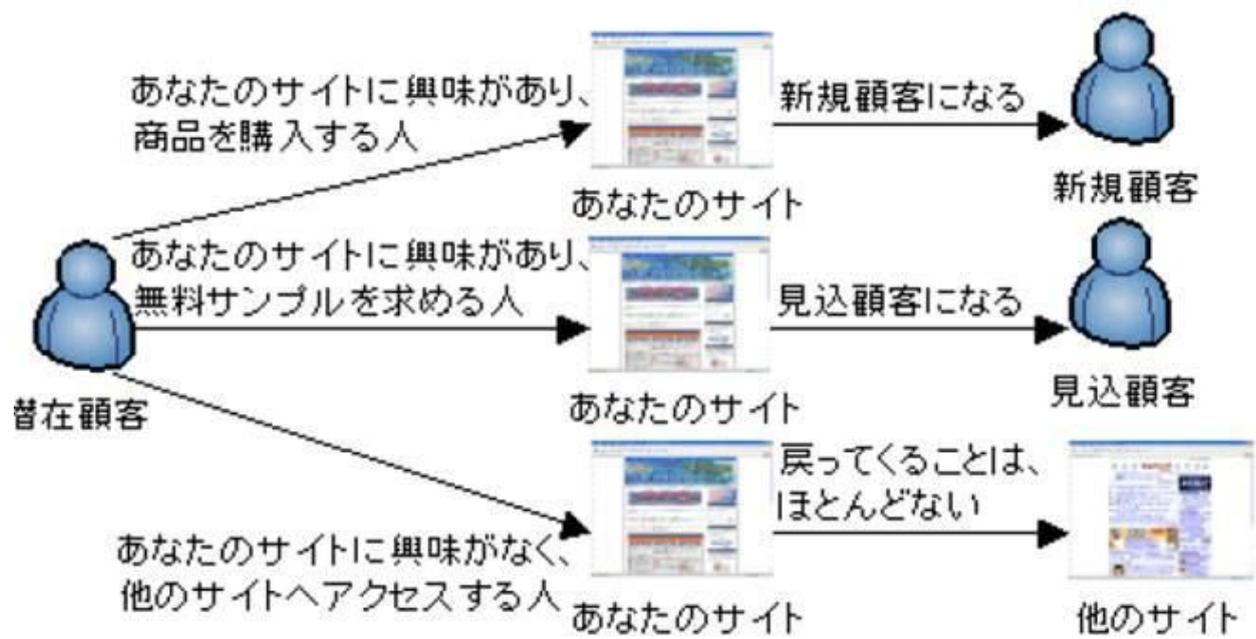
では、こういったものがお客様にメリットがあるのでしょうか。

扱う商品やサービスによって、どれがメリットがあるかは、さまざまですが、次のものが見込顧客を集めるのに適しているといわれています。

- 無料サンプル
- 無料資料請求
- 無料見積り
- 無料冊子
- 無料レポート
- 無料ニュースレター
- 無料メールマガジン
- 無料相談
- 無料診断
- 無料チェックシート

- 無料ワークシート
- 無料レシピ
- 無料ガイド
- 無料電子ブック

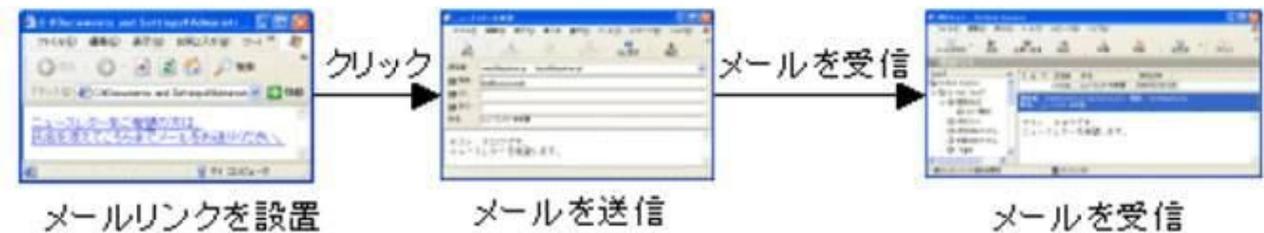
このようなメリットのあるものを提供して、見込顧客を集めるのです。



これなら、すぐにでもできそうですね。

■では、早速メールで集めたらいいのか？

私が一番最初に思いついたのは、次のような方法でした。ホームページにメールリンクを貼り付けて、送っていただいた人にメリットを提供したのです。



しばらく、集めていたのですが、集まりが悪かったのです。よくよく考えてみると、この方法には3つの問題があったのです。

- 知らない人にメールを送るのは抵抗感がある
- メールソフトを立ち上げて入力するのが面倒
- ニュースレターなどは、今すぐ読みたい

そうです。わざわざ、メールソフトを立ち上げてメールを送るのは面倒ですよ。しかも、無料ニュースレターなどは、今すぐに欲しいのが人情ってもんです。さらに、集めたメールには、こんな問題もあったのです。

- メールを返信するのが面倒
- 集めたりリストは、メールボックスに溜まりっぱなしで活用できない

商売ですから、メールの返信を面倒がっているのは、ダメなのですが、それでもやらなくていいことはしたくないものです。

メールを送ってもらうということは、お客さんに手間をかけさせることになります。ということは、見込顧客の獲得率は下がってしまいます。

また、無料サンプルなどは、配送しなければならないので、人手がかかってしまいますが、ニュースレターなどは、今すぐ読みたいので、自動返信したいですね。

さらに、見込顧客が集まれば集まるほど、あなたのメールボックスはいっぱいになり、手作業

でメールボックスの情報をエクセルなどに移さなければいけません。

この作業は、未来永劫続いてしまいます。つまり、一番簡単な方法ですが、とても悪い方法だったのです。

▽メールボックスに溜まったメールを整理するのは面倒なものです。

!	0	▽	送信者	件名	受信日時 ▽
		☑		ニュースレターを希望	2006/03/30 10:38
		☑		ニュースレターを希望	2006/03/30 10:38
		☑		ニュースレターを希望	2006/03/30 10:38
		☑		ニュースレターを希望	2006/03/30 10:38
		☑		ニュースレターを希望	2006/03/30 10:38
		☑		ニュースレターを希望	2006/03/30 10:38
		☑		ニュースレターを希望	2006/03/30 10:38
		☑		ニュースレターを希望	2006/03/30 10:38
		☑		ニュースレターを希望	2006/03/30 10:38
		☑		ニュースレターを希望	2006/03/30 10:38

こんな整理はしたくないですね。

■フォームの設置はカンタンか？

メールを送ってもらう作戦で、失敗した私は、もっとお客さんの負担を減らさないといけないと考えました。そこで、ホームページにフォームを設置して、最低限の情報を入力して、送信ボタンを押してもらっただけでメリットを提供できる方法を思いついたのです。

仕組みは、レンタルサーバにメールを自動返信するプログラムを設置し、メールをあなたのメールボックスと見込顧客に送る方法です。



この方法だと、お客さんにメールを送る必要もありませんし、お客さんもニュースレターをすぐに読むことができます。とてもいい方法だと、我ながら関心したのですが、試してみると色々問題がでたのです。

- CGI プログラムを作る知識がない
- 無料のCGI プログラムを見つけたが、設置する方法がわからない
- やはり、集めたリストはメールボックスに溜まりっぱなしで活用できない

この方法を試してみると、あなたは、このように感じるはずです。

「ネットショップで商品が売るのが本来の仕事だから、プログラムやサーバでCGI を動かせる方法を勉強することは仕事ではない」と。

また、ホームページ制作代行の業者に外注することも可能です。でも、最大の問題点である顧客リストがメールボックスに溜まりっぱなしといった問題はそのまま残るのです。

▽Perl言語で書かれたCGI プログラムの例です。こんなプログラムを作るのは、あなたの仕事ではありません。

```
sub function_decode!  
[!  
  local( $data1,!  
          @data2,!  
          $data3,!  
          $keyword,!  
          $value );!  
  
  read( STDIN, $data1, $ENV[ "CONTENT_LENGTH" ] );!  
  @data2 = split( /\//, $data1 );!  
  
  foreach $data3 ( @data2 )!  
  [!  
    ( $keyword, $value ) = split( /\//, $data3 );!  
    $value = tr/*/ /;!  
    $value = s/2(,)/pack( "c", hex( $1 ) )/ae;!  
    $value = s/</&lt;/g;!  
    $value = s/>/&gt;/g;!  
    $value = s/"/&quot;/g;!  
    $value = s/($keyword_check)//gs;!  
    $value = s/\r\n/<BR>/g;!  
    $value = s/\r/<BR>/g;!  
    $value = s/\n/<BR>/g;!  
    $value = s/(<FR>)[5, ]//g;!  
    $value = s/( | ) [10, ]//g;!  
  
    !jcode'convert( *value, 'sjis' );!  
  ]!  
  return !;!  
]!
```

こんなことをやっていたら、商品売る前に、挫折してしまいますよね。

■なぜ、一斉配信ソフトは問題が多いのか？

始めは、ひとりひとりにメールを送っていたのですが、とても面倒な作業でした。そこで、無料で配布されているメールの一斉配信ソフトに目を付けたのです。

最近のメール一斉配信ソフトは、とてもよくできていて、名前などの差込もできるので、ひとりひとりに送るのと同じ効果がありました。しかし、一斉配信ソフトにも問題があったのです。

- 大量配信でプロバイダから警告がきた
- メールボックスからエクセルに顧客リストをコピーするのが面倒

ほとんどのレンタルサーバは、多くのユーザーが使っているので、安いレンタル料で提供できています。ですから、メールの一斉配信のようなサーバの負担をかけるようなことは、禁止しているところがほとんどだったのです。

もし、警告を無視して一斉配信を続けるようなことがあれば、アカウントの停止になるかもしれません。アカウントの停止ともなれば、ネットショップ運営に影響がでて、大変なことになってしまいます。

レンタルサーバの引越しなんて、考えただけでも大変ですよ。

■さらに、一斉配信ソフトはこうも問題が多いのか？

一斉配信ソフトでメールを送ってみると、多くのエラーメールが届いてしまったのです。エラーメールとは、顧客にメールを一斉配信したときに、顧客のメールボックスに届かずに、エラーとなって帰ってくるメールのことです。

メールがエラーとなる原因は、次のようなことが原因です。

- メールアドレスを間違えて入力したとき
- メールアドレスが変更されたとき
- メールサーバがダウンしているとき
- メールボックスが一杯で受け取れないとき
- 携帯用メールアドレスで文字数制限を超えたとき
- メールサーバがスパムメールと判断し、受け取りを拒否したとき

顧客リストの数にもよりますが、エラーメールの確率は全体の5%から30%といわれています。例えば、あなたの顧客リストが3,000件あったとします。その3,000件にメールを一斉配信した場合、最大900通ものエラーメールがあなたのメールボックスに届くのです。

これでは、メール爆弾です。

メールソフトでメールの振り分け設定をしていればまだマシですが、振り分け設定すらしていないメールソフトで受信したらどうなるのでしょうか。

大切な注文メールやお問い合わせメールがエラーメールの中に埋もれてしまい、間違ってエラーメールと一緒に削除してしまえば、大変なことになってしまいます。

▽エラーメールでメールボックスが一杯になったら、大切なメールも埋もれてしまいます。

▽エラーメールでメールボックスが一杯になったら、大切なメールも埋もれてしまいます。

!	📧	📧	送信者	件名	受信日時
	📧	📧	Mail Delivery Subs...	Warning: could not send message for past 4 hours	2006/03/11 1:57
	📧	📧	Mail Delivery Subs...	Warning: could not send message for past 4 hours	2006/03/11 1:57
	📧	📧	Mail Delivery Subs...	Warning: could not send message for past 4 hours	2006/03/11 1:57
	📧	📧	Mail Delivery Subs...	Warning: could not send message for past 4 hours	2006/03/11 1:57
	📧	📧	Mail Delivery Subs...	Warning: could not send message for past 4 hours	2006/03/11 1:57
	📧	📧	Mail Delivery Subs...	Warning: could not send message for past 4 hours	2006/03/11 1:57
	📧	📧	Mail Delivery Subs...	Warning: could not send message for past 4 hours	2006/03/11 1:57
	📧	📧	Mail Delivery Subs...	Warning: could not send message for past 4 hours	2006/03/11 1:57
	📧	📧	Mail Delivery Subs...	Warning: could not send message for past 4 hours	2006/03/11 1:57
	📧	📧	Mail Delivery Subs...	Warning: could not send message for past 4 hours	2006/03/11 1:57

売上を上げたいのに、メール爆弾にあうのは嫌ですね。

■なぜ、一斉配信サービスにも問題があるのか？

エラーメールの爆弾と、エクセルでのリスト管理に困り果てていたところに、とあるサービスを見つけたのです。それは、メールの一斉配信サービスでした。

メールの一斉配信サービスは、インターネット上でメールを配信してくれるサービスです。契約して利用料を支払えば、アカウントを発効してもらい、ソフトもインストールすることなく、自分のメールソフトにメール設定をしなくてもメールが送れるという優れたものだったのです。メールは、一斉配信サービスのサーバから送られますから、プロバイダのメールサーバを使うことはありませんでしたので、プロバイダから警告がくることもありませんでした。また、エラーメールも一斉配信サービス側に届くようになっていたので、メール爆弾の心配もなくなりました。

さらに、フォームから登録されたリストは一斉配信サービスに登録されるので、メールボックスのリスト管理からも解放され、とても喜んでいました。

ところが、しばらく使っていると新しい問題が発生したのです。

それは、次のようなことでした。

- メールアドレスの変更依頼がきて、その都度変更するのが面倒
- メール配信停止依頼がきて、その都度管理するのが面倒

お客さんは、引越しなどでプロバイダが変わったり、新しいメールアカウントを取得したときに、メールアドレスを変更して欲しいという依頼のメールを送ってくるのがあったのです。

変更依頼がこなければ、エラーリストになってしまいますので、とてもありがたいことなのですが、一斉配信サービスにログインして手作業で変更するのがとても面倒だったのです。しかも、顧客リストが増えれば増えるほど、リストの更新頻度は増えていきます。

メールアドレスの変更は、お客さんが自分でやって欲しい。そう思いました。あなたもそう思いますよね？

また、メールの配信停止依頼も多いのです。

メールを配信すると、必ず興味がなくなったなどの理由から、配信を停止して欲しいとの依頼メールが届きます。この作業も手作業でログインして変更していました。とても面倒な作業です。

できれば、お客さんが自分で停止できるようにして欲しいのが心情ですよ。

決して、面倒なことが嫌いなのではなくて、売上を上げることに時間を使いたい。あなたも同じ考えだと思います。

もし、メールアドレスの変更を無視していたら、メールはエラーメールになるし、お客さんからはメールが届かないとのクレームがくるかもしれません。

また、配信停止の依頼を無視していたら、それこそスパムメールと思われ、大苦情になりかねません。どちらも避けられない問題だったのです。

■なぜ、顧客管理で悩む人が多いのか？

例えば、ニュースレターを配信して見込顧客を集めたとします。そして、その見込顧客がショッピングカートなどの決済システムで注文をしたらどんなことが起こるのでしょうか。

あなたの手元には、見込顧客のリストと既存顧客のリストが手に入ることになります。

あるとき、あなたが見込顧客と新規顧客の両方に商品情報を配信したいと思ったとします。

見込顧客リストと既存顧客リストの両方に一斉配信メールを出したらどんなことが起きるのでしょうか。

ある人によっては、同じメールが二通届くことになるのです。

お客様は、始めは見込顧客でしたが、後に商品を購入し、既存顧客になることはよくあることです。つまり、顧客管理が必要となってくるわけです。

この問題は私も悩んでいました。

なぜなら、見込顧客リストと既存顧客リストをエクセル上で照らし合わせて、重複がないように管理していたからです。

一斉メール配信ソフトを使っていた頃はもちろんのこと、一斉配信サービスを使い出してからも、この問題は解決しませんでした。

見込顧客はたくさん集めたい。注文もたくさん取りたい。

でも、たくさん取れば取るだけ、顧客管理が大変になる。

この問題は、本当にジレンマでした。あなたも、こんな悩みに悩まされたくはないですよ。

■あなたに適した仕組みはないものでしょうか？

今までお話した問題点をすべてクリアーした仕組みがあったらどうでしょうか。

- フォームから集めた見込顧客を自動的に管理してくれる
- フォーム登録した見込顧客に自動的にメールを配信する
- プログラムを作ったり、設置することもない
- 大量配信でプロバイダから警告が来ることもない
- 顧客リストをエクセルで管理することもない
- エラーメールが飛んできて悩むこともない
- メールアドレスの変更依頼もこない
- メール配信の停止依頼もこない
- 顧客の管理が自動的に、見込顧客から既存顧客へ状態を変化してくれる

これらの問題がなかったら、もっと見込顧客にフォローできるし、好きなときにメールマーケティングができますよね。仕組みの問題に悩まされることなく、メールマーケティングに知識と時間を使うことができる。

これが本来のあなたの姿ではないでしょうか。

■マーケッターの助言に悩まされたことはありませんか？

マーケティングの書籍を読んだり、セミナーに参加したりして、勉強されている熱心な人も多いと思います。あなたもそのひとりではないでしょうか。

悪口をいうつもりはないのですが、マーケッターは実に無責任なところがあります。

なぜなら、助言はしてくれますが、貴重な時間と労力を使って実践するのはあなただからです。マーケッターは、メールも書いてくれませんし、ましてやホームページも作ってくれません。

ときには、マーケッターの助言であなたの大切なお金までを費やすこともあります。

マーケッターがよく助言することのひとつに「効果計測を行え」というのがあります。

マーケティングを行う場合は、効果計測をきちんとし、どの程度の効果があったかを確認し、常に改善できるようにしなさいというものです。とても、理にかなった話です。

例えば、「顧客リストに配信したメールの反応率を計測しなさい」といわれたとします。

この場合、メールの本文にホームページへ誘導するリンクを貼り付けて、リンク先のホームペ

ージにアクセス解析をつけて計測します。さらに、配信解除依頼の数も数えて、配信数とアクセス数、解除数を記録します。

こんなことをメール配信毎にやれるでしょうか。

ホームページには、メールからのアクセスと検索エンジンからのアクセスも混じるでしょうから、計測できるように考慮しないとダメですよ。また、マーケッターは、こんなこともいます。

「反応率だけではなく、成約率も計測しましょう」と。

メールから注文が来た率も計測しろというのです。

これでは、計測をするためにメールを配信しているようなものです。

大切なのはよくわかります。

しかし、本来の目的は、見込顧客から注文をひとつでも多く取ることですよ。

「反応率15%、成約率1%」などの計測結果が欲しいわけではありません。

このような無理難題にも答えてくれる仕組みはないものなのでしょうか。

■すべての悩みを解決するシステムを開発することはできるのか？

もし、お話した問題をすべて解決するためにシステムを外注で開発したらどうなるでしょうか。

メール配信システム、顧客管理システム、効果計測システム、決済システム。

システム開発会社に依頼したら、数百万から数千万の開発費が飛んでしまうことになりま

す。

ちなみにシステムエンジニアの日給は4～6万円です。このシステムエンジニアが複数人で、数ヶ月もかけて開発するのです。あなたの大切なお金は湯水のごとく消えていくことになるのです。

では、システムを諦めて、社員に作業を任せてみませんか。社員をひとり雇うと、やはり20万程度は覚悟することになるでしょう。しかも、メールマーケティングをするために、雇い続けることになるのです。

これでは、何のためにやっているのかわからなくなりますよね。

■そこで、あることを私たちは考えました

幸い私たちは、元システムエンジニアでしたので、自社で開発することにしたのです。開発には半年以上かかりましたが、自分達も使うので、問題はありませんでした。

そして、このシステムを「メールマーケティングで困っている人たちにも使ってもらおう」そう考えたわけです。

ひとりひとりが開発すれば、数百万から数千万かかっても、誰かが作ってみんなを使えば、安く使えると思ったのです。しかも、今まで悩んでいたことがすべて解決してくれるシステムなのです。

- フォームから集めた見込顧客を自動的に管理してくれる
- フォーム登録した見込顧客に自動的にメールを配信する
- プログラムを作ったり、設置することもない
- 大量配信でプロバイダから警告が来ることもない
- 顧客リストをエクセルで管理することもない
- エラーメールが飛んできて悩むこともない
- メールアドレスの変更依頼もこない
- メールの配信停止依頼もこない
- 顧客の管理が自動的に、見込顧客から既存顧客へ状態を変化してくれる
- 効果計測も行ってくれる

すべての悩みが解消したとき、あなたは初めて、本来のメールマーケティングができるのです。あなたのネットビジネスはこう変わります。

- キャンペーンやアフターフォローなど、顧客に好きな時にメールを出せる
- 顧客管理も自動化して、常に最新の状態を保てる
- フォームに登録した人へ自動的にメールを配信できる
- もちろん、配信したメールはすべて計測できる
- 顧客名を差し込んでパーソナライズもできる
- メールアドレス変更依頼も自動、配信停止も自動
- メールも予約配信できる
- フォーム登録した人に、連続的にメールが出せる

あなたが、書籍やセミナーで学んだノウハウをすぐに実践できるのです。
しかも、カンタンにです。
このメルリッツシステムは、私も本当に待ち望んでいたものでした。

■最後に

道具だけあっても、所詮道具に過ぎません。ノウハウだけあっても、所詮物知りに過ぎません。道具とノウハウがあり、実践してこそ結果が得られるのです。
結果は、あなたが想像したような素晴らしい結果ばかりではないかもしれません。しかし、失敗したときこそ、学ぶことができ、新しいものが生み出されるのです。
メルリッツはまさに失敗の中から生み出されたシステムなのです。
メール配信サービスは、かれこれ5つも乗り換えました。サポート窓口とメールで何度もやりとりをして、結果、うまくメールが配信できないものもありました。
そんな、失敗があっただけこそ、メルリッツが生まれたのだと思っています。
あなたのショップ運営でも同じかもしれません。でも、諦めないで実践し続けることで、得るものはお金よりも価値があるかもしれません。
そんな価値のある体験にメルリッツを使っただけなら、私も嬉しい限りです。
株式会社グロウアップウェア 畑 智彦