

りんご



【信頼のメルマガシステム MyASP で構築】

はじめての メルマガ作成

はじめてのメルマガ作成！お勧めのポイント

- * 信頼できるメルマガシステムを使用
- * 必要な操作のみ解説、最短で構築
- * 基本設定から、ステップメールまで



基本編_01

- * メルマガの基本
- * ブログ & メルマガの収益化
- * メールシステムの機能と選択

■ 推奨環境と著作権

推奨環境

このレポート上に書かれている URL はクリックできます。
できない場合は最新の Adobe Reader をダウンロードしてください。

<http://www.adobe.co.jp/products/acrobat/readstep2.html>

著作権について

このレポートの利用に際しては、以下の条件を遵守してください。

このレポートに含まれる一切の内容に関する著作権は、レポート作成者に帰属し、日本の著作権法や国際条約などで保護されています。

著作権法上、認められた場合を除き、著作権者の許可なく、このレポートの全部又は一部を、複製、転載、販売、その他の二次利用行為を行うことを禁じます。

これに違反する行為を行った場合には、関係法令に基づき、民事、刑事を問わず法的責任を負うことがあります。

レポート作成者は、このレポートの内容の正確性、安全性、有用性等について、一切の保証を与えるものではありません。また、このレポートに含まれる情報及び内容の利用によって、直接・間接的に生じた損害について一切の責任を負わないものとします。

このレポートの使用に当たっては、以上にご同意いただいた上、ご自身の責任のもとご活用いただきますようお願いいたします。



はじめに

メルマガをビジネスに活用したいあなた、
メルマガシステム（MyASP）の設定をしてメール配信を始めたいあなた、
でも、こんな感じで手が止まっていますか？



MyASPを契約したけど管理画面に表示される設定内容が膨大で、どこから手をつけて良いかわからない。思わずポーズとして手が止まった。

MyASPを契約したけれど、設定が完了しないのでいつまでたってもメールを配信ができないでいる。もう何ヶ月も契約料金だけ払い続けている。

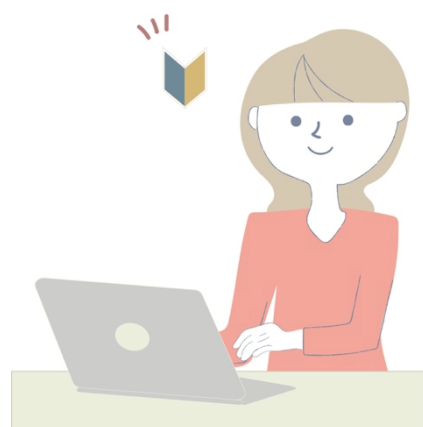


このレポートは「はじめてのメルマガ作成」と題して、最初の一步を踏み出しメール配信まで漕ぎつける。「ステップメール」を構築して自動で収益の出るシステムを世に出す。ことを目的に5章に分けてご案内し、必要な作業をこんかぎり丁寧に解説しています。

MyASP でできることはたくさんあります。MyASP の公式マニュアルはとても親切で丁寧です。でも、はじめて取り組むには「なくてもいい」「混乱するかも」と感じる案内もあります（あくまで個人的な意見です）。

そこで、とりあえず、「これだけやればなんとかなる」作業にとことんこだわった解説書をつくりました。

まず、「メールを配信する。」「ステップメールを構築し世に出す。」ここを必ず達成することを目的として、このレポートに取り組んでください。



あなたのビジネスが激変＆飛躍することを切に願います。

■ レポート全体の構成

このレポートは 5 部構成です。このレポートは[基本編_01]です。

[基本編_01]

- メルマガとステップメールの基本をイラストで解説
- ブログとメルマガで収入を得るまでの流れをイラストで解説
- メール（メルマガ）配信システムとは、機能と選択のポイントを詳しく解説

[実践編_02]

- 初心者にお勧めのメルマガシステム MyASP 機能とプランの紹介
- MyASP の新規申し込み方法
- MyASP 登録完了とログイン方法

[実践編_03]

- MyASP 初期の全体設定、メルマガ新規作成のための基本設定
- MyASP でメルマガ登録フォームを設置する
- メルマガ登録フォームを WordPress の記事内に設置、ボタンをカスタマイズする方法
- MyASP のユーザー登録とユーザー管理

[実践編_04]

- メールの個別送信（1 対 1 配信）
- メールの一斉配信（1 対多配信）

[実践編_05]

- ステップメールの作り方、概要と作成手順のまとめ
- ステップメールの作り方、「1 通目のメールを書く」最初のメールに記載する内容
- ステップメールの構築方法
- 配信時期設定その 2（配信時期を直前配信日からの経過日数で設定する方法）

目次

■ はじめに	2
■ レポート全体の構成	3
■ メルマガとは [基本編] メルマガとステップメールの基本をイラストで解説	5
メルマガの形式	6
一括送信メールとステップメール	8
■ ブログとメルマガ（ステップメール）で収入を得るまでの流れを イラストで解説	13
ブログとメルマガ（ステップメール）で収入を得るまでの流れ	14
作業内容の詳細	15
まとめ	23
■ メール（メルマガ）配信システムとは、機能と選択のポイントを 詳しく解説	24
メルマガ（メールマガジン）とは	25
メール（メルマガ）配信システムでできること	26
メール配信システム（メルマガスタンド）選択のポイント	33
最後に	36



メルマガとは

【基本編】

メルマガとステップメールの 基本をイラストで解説

メルマガといっても、実は色々あるのです。まずは仕組みと概要をしっかりと把握しましょう。

メールマガジンとは、読者として登録されているメンバーに配信者が定期的に電子メールを送るものです。「メールのマガジン」＝「メールの雑誌」というのは、電子メールで受け取る雑誌みたいなものという意味合いで、この名前と呼ばれているようです。「メルマガ」と略して呼ばれることが多いです。最近では写真やイラストを交えた本当に雑誌のような HTML 形式のメルマガも多く見られます。このレポートではビジネスで利用するためのメルマガの役割をイラストでわかりやすく解説しています。



メルマガの形式

メルマガの形式を大きく分けると、「**テキスト形式**」と「**HTML 形式**」があります。

テキスト形式

テキストメールとは、文字だけで構成されたメールのことです。会社の仕事で使うメールや個人のやりとりメールはほとんどがこの形式です。

テキスト形式のメールでは、飾り文字や記号、段落分けなどを工夫して作成することで、読みやすく、見た目の良いメールを作成することが可能です。

- 【メリット】
 - ・専門的な知識やツールがなくても作れる
 - ・表示される状態が受信側の環境に影響されにくい
- 【デメリット】
 - ・テキストだけなのでビジュアル的な表現が劣る

<サンプル>

Microsoft
Windows 7 & Office 2010 サポート終了。ビジネスの可能性を広げる最新デバイスのご紹介- Microsoft
宛先:
返信先: Microsoft

このメールは弊社にプロフィールをご登録をいただいたお客様、
弊社担当者と名刺交換させていただいたお客様、弊社の製品や
サービスなどに関する情報を希望された方にお届けしております。

2020 年 Windows 7 サポート終了
Microsoft 365 と Windows 10 で最新のセキュリティ対策

働き方改革への取り組みが高まるなか、IT 環境の刷新を検討されている企業の
IT 担当者様向けに、セミナーを各種ご用意しています。
Microsoft 365 のご紹介をはじめ、クラウド時代を支える OS 管理やセキュリティ、
お客様からご質問の多い Windows as a Service の最新情報等をご提供します。
ご登録はカンタン! ご希望のセミナー ページのフォームに入力ください。
いつでもどこでも視聴いただける、オンデマンド セミナーもぜひご活用ください!

▽ セミナーの一覧はこちら

<https://click.en>

HTML 形式

HTML（Web ページを作るための言語）形式で作成されたメールのことです。HTML メールでは文字の書体や色、大きさを変えることができます、またイラストや写真を入れたり、多様なレイアウトすることもできます。より視覚的な表現をすることができイメージを伝えやすいです。

- 【メリット】
- ・ 実際の商品の写真や動画でイメージを伝えやすい
 - ・ リンクやパラメータなどが画像やボタンに組み込める

- 【デメリット】
- ・ 作成には、専門的な知識が必要
 - ・ 表示状態が受信者のメーラーや環境に依存する
 - ・ メール容量がテキストメールに比べ大きくなる

<サンプル>

The sample HTML email banner is titled "My d-mo Guide" with a subtitle "ドモオンラインショップからのご案内です。" and a date "2018.July". The main visual is a blue banner with a yellow smartphone graphic showing a beach scene. The text "夏トク! キャンペーン" (Summer Bonus Campaign) is prominently displayed in yellow, with "ドモオンラインショップ限定" (Limited to Domo Online Shop) above it. The campaign dates "2018年5月16日(水曜)~7月31日(火曜)" are listed below. Three promotional boxes are shown: "対象機種購入で 50人に1人 ポイント" (Purchase eligible device, 1 in 50 chance of points), "d-mo collection 2018の購入で" (Purchase in 2018 d-mo collection), and "モバイルポイントカードまたはポイントカードの登録で" (Register mobile or point card). Below the banner, a section titled "新モデル登場! 6月22日(金)発売中" (New model arrives! On sale from June 22nd (Fri)) features the "XERIA X2 Compact SO-05K" smartphone. It includes images of the phone in black, white, green, and orange, and a description: "手のひらにおさまる、5.0インチ大画面搭載の極上コンパクト。4K HDR動画撮影可能でフルHDの高画質が体感できる。" (A premium compact phone with a 5.0-inch large screen that fits in your palm. 4K HDR video shooting possible, so you can experience full HD high quality). A blue button with a magnifying glass icon and the text "詳しく見る" (View details) is provided. At the bottom, a section titled "F-mo Square ポイント10倍キャンペーン実施中!" (F-mo Square 10x points campaign ongoing!) is shown, followed by a small image of a lens and the text "魚眼・マクロ・広角レンズを随時に切り替え!" (Switch between fisheye, macro, and wide-angle lenses at will!).

一括配信メールとステップメール

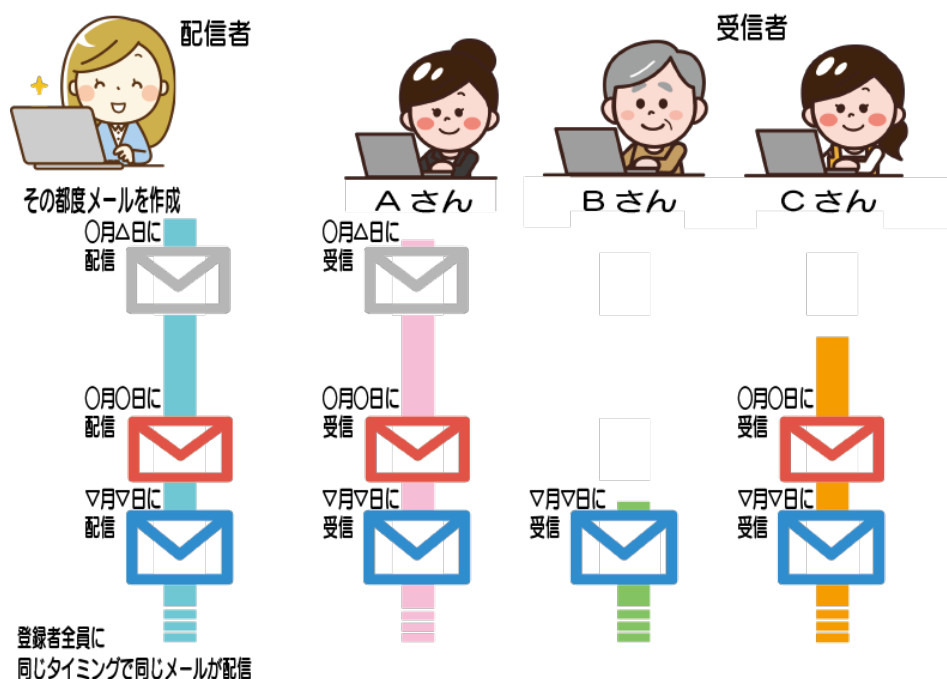
登録した人に向けてメールを配信するという点では、「一括配信メール」と「ステップメール」は同じに見えます。しかし、目的や配信方法が明確に異なります。

一般的に「〇〇メルマガ」等の表記で配信されているメルマガに登録した読者さんに対しては、「一括配信メール」も「ステップメール」も両方配信されている場合が多いです。受信者側からみると、その違いは明確にはわかりません。ここでは配信する側からみた「一括配信メール」と「ステップメール」の違いと、両者の使い方の違いについて解説します。

配信スケジュールの違い

一括配信メール

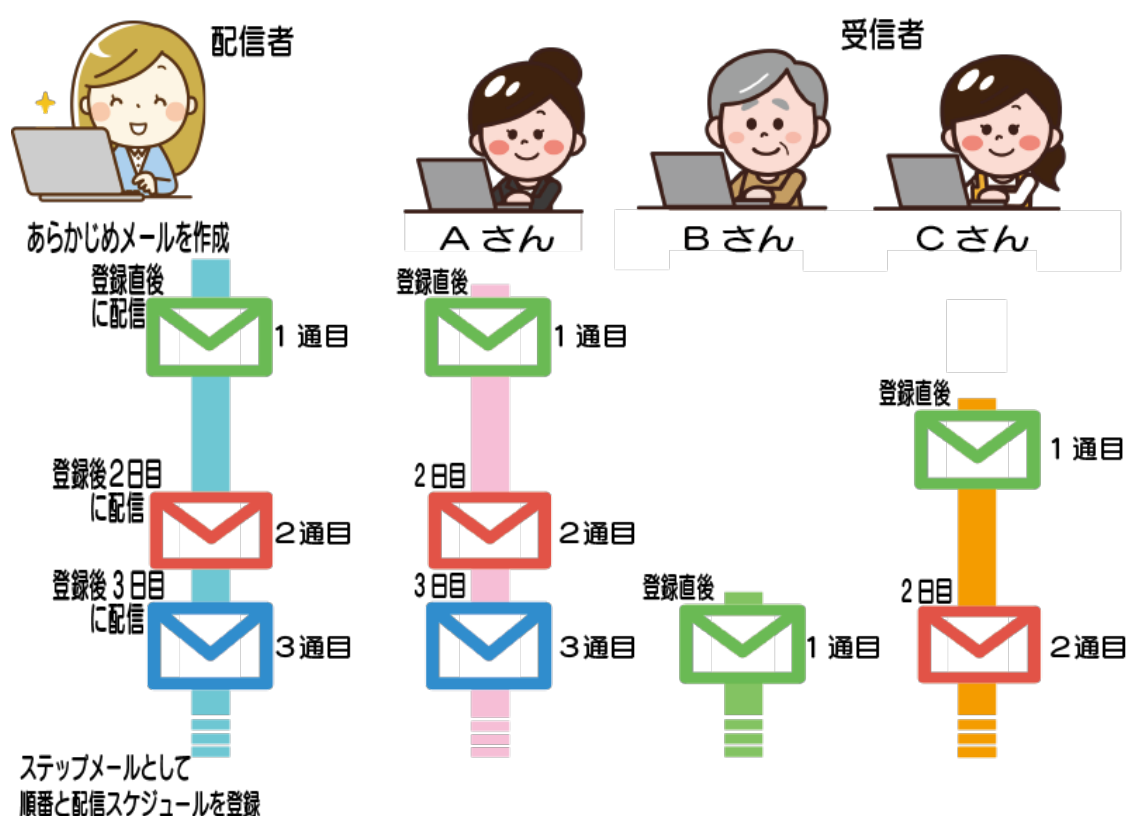
一括配信メールは、店舗や企業の“最新の情報”を、一斉にユーザーに配信していくメールです。配信者は、定期的または任意のタイミングで配信しますが、**登録者全て（または条件に該当する登録者全員）に同じメールを同時に配信します**。なので、タイムリーな情報や季節に特化した情報の配信に向いています。



ステップメール

ステップメールはあらかじめ用意されている**一連のメールを順番に一人の受信者さんに対して配信します**。配信が始まるタイミングは商品の問い合わせや、商品購入があった時が起点となります。そのため、配信されるタイミングは受信者さんによって異なるのが特徴です。配信される時期は受信者さんによってまちまちで事前に決められません、そのためタイムリーな話題や季節を反映した内容は記載されません。

顧客に知って欲しい情報を順番（段階的）に配信することで、顧客とのコミュニケーションをはかりつつ売りたい商品の情報を詳しく伝えることができます。



目的と利用シーンの違い

一括送信メール

一括送信メールとは、お店や企業の“最新の情報”をタイムリーに、一括でユーザーに配信していくメールです。店舗のセールの情報や、企画イベント情報、新着商品の紹介など、その時その時の旬の情報を、定期的にまたは不定期で配信します。

メルマガに登録しているすべてのユーザー（または条件に合致したユーザー）に、一括して同じ内容が同じタイミングで配信されます。

【目的】

旬の情報をタイムリーに届けるのに適しています。キャンペーンやセールなど、期間限定のお得情報などの配信に向いています。

ステップメール

ステップメールとは、ユーザー一人一人に“最低限知ってもらいたい情報”を伝えるためのメールです。

企業のコンセプトや大まかな紹介、またはサービス利用上の注意、登録者への特典、商品購入のお礼など、すべてのユーザーに伝えたい最低限の情報を、あらかじめ用意しておいて配信します。配信されるタイミングは、顧客が商品を購入したときや、商品が届いた頃、各段階に応じてあらかじめ決められたタイミングで自動的に配信されます。

つまり、顧客各々の利用状況に合わせて個別に送信されます。ステップメールは、配信されるタイミングが顧客によって違うので、最新の情報や、流動的な情報を送るのには向いていません。メールの数や配信のタイミングは、自由に設定できます。

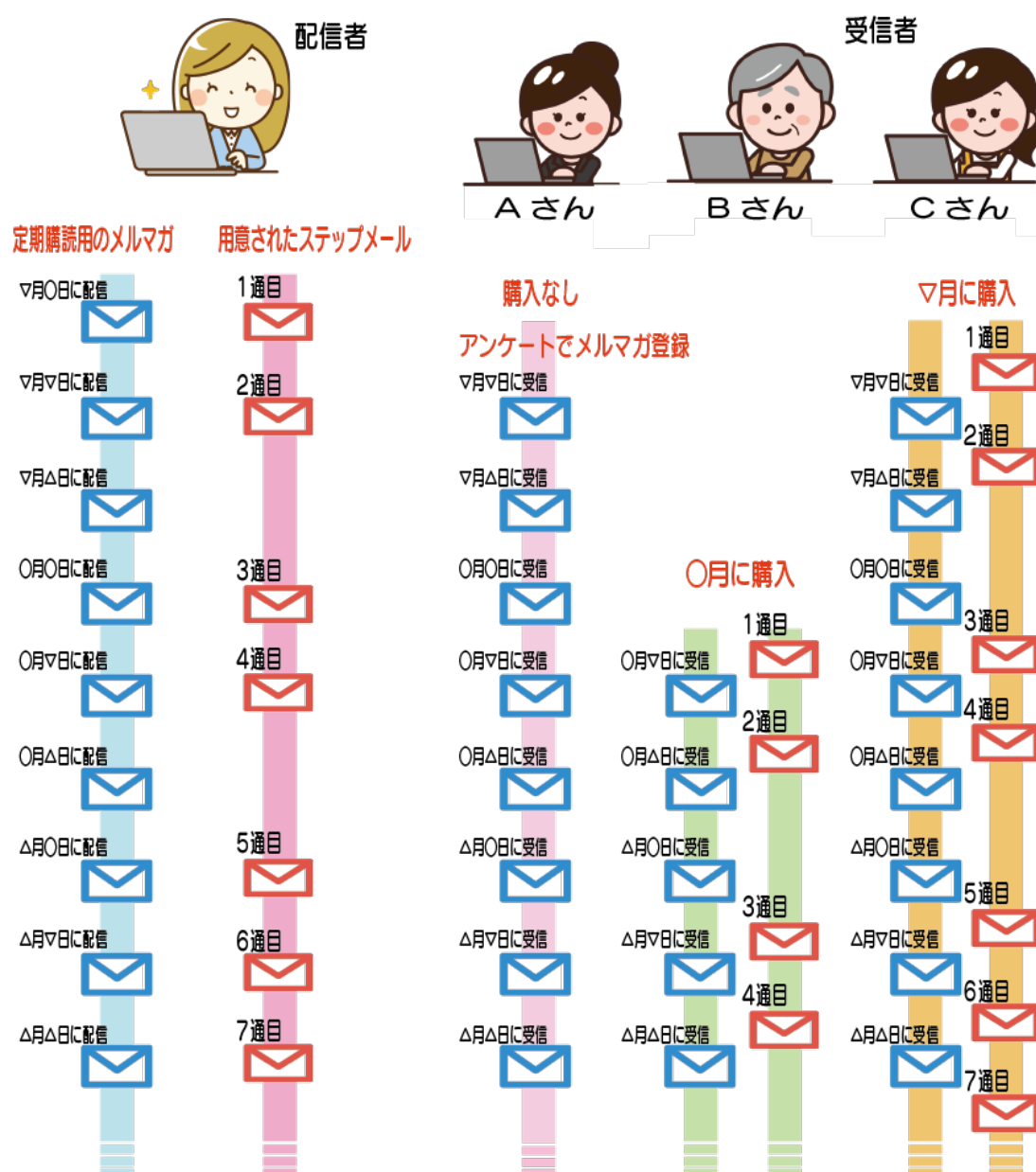
【目的】

ステップメールの目的は、見込み客&既存顧客と信頼関係を構築することです。信頼関係を構築して、長期的なファンになってもらえれば、安定した収益をもたらしてくれます。

一括配信メールとステップメールの連携

顧客側から見ると「メルマガ」に登録したことにより、一括配信メールとステップメールの両方が混在して送られてくることになりますが、その違いは判別できません。

例をあげると、商品購入したことが起点で、商品購入後のフォローのためのステップメールが配信され、それとは別スケジュールで一般のお知らせメールが定期的（または不定期）に一斉配信されるといった感じです。受信側からすると区別はなく、総合して「一つのメルマガ」と認識されることになります。



まとめ

一括配信メールとステップメールの違いを理解して目的に応じて使い分けていくことで、顧客にお店や会社についての理解を深めてもらい、より高い信頼を得ることができます。

DM（ダイレクトメール）と同じ様に、読まれず捨てられるイメージの強いメルマガですが、顧客優先の情報提供や、心をこめたフォローはメールの文章でも十分に伝わります。反面、顧客心理をおざなりにした「売りたい一色」のメールは敬遠されます。

顔が見えないからこそ、思いやりは信頼を築き、やがて売上にも繋がります。



■ ブログとメルマガ (ステップメール) で収入を得るまでの流れを イラストで解説

ブログとメルマガ（ステップメール）を連携させて、商品売るまたはアフィリエイトする。この仕組みが出来上がれば、自動的に収益が生まれます。構築には時間と労力がかかりますが、構築後はわずかな労力で高収入も望めるシステムができあがります。ブログのみで販売やアフィリエイトするよりも、より収益率の高い魅力的な仕組みです。

ブログ構築である程度収入を得てから、メルマガを運営するという方が多いですが。最初からメルマガと連携させることを想定したブログ作成計画を立て、総合的な構築を目指す方が効率的です。

ブログとメルマガ（ステップメール）で収入を得るまでの流れ

* SNS 等他のメディアについては省略しています。

②ブログアフィリエイト&⑥メルマガアフィリエイト で収入が発生します。



作業内容の詳細

では、各段階ごとの作業について、解説します。

①テーマとターゲットを決める

「ネットビジネスは飽和状態」という言葉も聞かれます。インターネットを巡るとブログも解説サイトも溢れるほどあります。なにか調べものをしようと検索すると、親切で丁寧な解説サイトがいくつも見つかります。

「これから、この世界に参入しても入り込む空きはないんじゃないのかなあ」これはブログ構築を思い立って、ネットを眺めた時の私の心の声です。

でも、そこで「やめよう」とは思わなかったのです。

自分の書こうとした記事内容は他のサイトで、ものすごく詳しく、専門知識も交えて解説してありました。デザインもかっこよくとても太刀打ちできないと感じました。でも「私は私のやったことを、読んで欲しい（伝えたい）人のために書こう」そう思い作りはじめました。

***ターゲットを「初心者&シニア」に設定して、記事作成で気をつけたこと**

- ・できるだけ専門用語はつかわない
- ・専門用語を使う場合はわかりやすい注釈をつける
- ・手順は順番をしっかりと記載する
- ・手順を省かない、画面はなるべくキャプチャー（撮影保存）する
- ・自分の感想や、実行時のエピソードを加える

そうして作成したブログ記事は3ヶ月後、自分がその記事を作成する時に参考にした検索結果のページ上部に表示されるようになりました。（検索結果は日々変動します、次々と最新の情報やより有益な記事が出てきて、私の記事もすぐに埋もれてしまうかもしれません）

何が言いたいかというと

「飽和状態はおこりません」

「あなたがこれから書こうとする記事を待っている人がいます」

テーマを決める

まず、何を書くのかのテーマを決めます。目的は読者を集めるため、なので日記やエッセイ等の他人が関心のない記事を書いても人は集まりません。（アイドルや有名人になれば話は別ですが無名の一般人の個人情報では集客力はほぼありません）

ネットを覗く人は、無目的に眺めるというより、なにか調べたいこと、知りたいことがあって訪れます。検索の機能を使って、キーワードを元に目的のページを検索します。そういう人にとって有益な情報、為になる情報、読む価値があると思われるテーマが必要です。

しかし、自分の全く知らないことや興味がないことを調べて記事にするのは難しいし楽しくないですよね、なので

- ・自分の趣味
- ・自分の経験や専門知識が活かせること
- ・自分の好きなこと
- ・自分がやりたいこと

など、自分自身の為にもなり、他人の役にもたてるテーマを探してください。

どーしても、「なにもないよ〜」という場合は

奥の手です、これから始める「ブログとメルマガ（ステップメール）で収入を得るまで」を取り組む奮闘記の記事を書いてはどうでしょうか（^^）

ターゲットを決める

どんな年代の人に、どんな環境の人に、どんな考えの人に、自分の書く記事を読んでもらいたいか、さらに最終的に自分が勧めたい品物や商材、のジャンルなどを決めます。

それによって、記事の内容や表現方法が変わるからです。

おススメは自分と同じような人ですね。他人が理解できるかどうかを測るのは難しいですが、この記事を読んで自分なら理解できるか？迷わないか？の判断は比較的容易です。自分と同じようなスキルや思いの人に対して、自分が魅力的と思えるような内容の記事なら誰にでも書くことが可能ですよね。可能性は無限大なので、しっかり考えましょう。

コンセプトを決める

コンセプトとはと辞書を引くと「理念」これは曲げたくないという「信念」などと表記されています。ちょっと難しいので、具体的に表現してみます（^^）。

**どんな悩みを持ったユーザー（ターゲット）に
何を伝えるか？**

**その結果そのユーザーはどんな未来を手に入れるか。
（なぜあなたがそれを伝えるのか）**

これが明確でないと、全てが迷走してしまうのでしっかり自分と向き合い考えましょう。

②ブログを作成する

テーマとターゲットを踏まえてブログ記事を書きます。

タイトルを決める

上記で述べたように、ネットを訪れる人は、検索サイト（グーグルやヤフー）を介してキーワードを元に検索し、読むべきサイト（ブログやホームページ）を探します。

なので、タイトルを決めるときは検索されやすいキーワードを意識する必要があります。同じ内容が書いてある記事を参考にしてもいいですが、自分の決めたターゲットに魅力的と思われるキーワードを含めるのも大事です。最初から「ぴたっ」とくるタイトルを考えることは難しいので、記事をたくさん書くなかでコツをつかんでいってください。

イメージ画像を探す

イメージ画像：タイトルの雰囲気にあふさわしい写真やイラストを探します。

<おすすめサイト> *主に無料で利用できるサイトです、利用方法によっては有料の場合もあります

- [IllustAC\(イラスト AC\)](#) ■ [PhotoAC\(写真 AC\)](#)
- [いらすとや](#) ■ [ただピク](#)

キャプチャーを準備する

キャプチャー：スクリーンショットとも呼ばれますが、パソコンの表示画面をそのまま写真を撮るように保存した画面のことです。説明や解説のブログではできるだけ用意しましょう。

＜キャプチャーの撮り方と編集＞

● Windows 用「Screenpresso」

■ [パソコンの画面を保存して矢印とか説明を入れる「Screenpresso」の使い方入門編](#)

記事を書く

いよいよブログの記事（本文）を書きます。わかりやすく、読者目線を心がけることが必須です。

私の個人的な思いですが、たくさんあるサイトの中で読者を集めるためには、「あなたらしさ」の表現が大事だと思います。同じことを書いた多くのブログ記事の中から選んで読んでもらう、さらにはお気に入りに登録してもらい継続のユーザーになってもらう、その為にはなにか個性を打ち出した方が「あなたらしさ」に共感したファンができるのではと思います。

読者を無視してあらぬ方向へ走るのは言語道断ですが、せっかく構築する自分の世界です。自分らしさを表現する工夫をしてみてください。「あ、この雰囲気好きだ」と思ってくれる人がいるはずです。

基本的なルールと礼儀をおさえつつ

- ・ 笑いのとれるゆるゆるキャラになりきって記事を書く
- ・ 辛口、強気を武器に上から目線の記事を書く
- ・ 年配の方はその人生観が滲み出る文体にする
- ・ 学生の方はタメ口満タンのフレンドリー記事にする
- ・ ブログの雰囲気を会社風にしたり学校風にしたり世界観を創る

などなど、あなたが思いついて楽しそうとワクワクするのならトライするべきです。同じような画面同じような記事がならんでも「なんだかなあ〜」と思ってしまう今日このごろ、「おお！やるね！！」という記事に出会えるのを楽しみにしています。

*ここまで書いて何ですが、「**記事の基本**」は、**検索語句を入力してあなたのブログを探しあてた読書さんの質問や問題に回答するまたは解決すること**をが第一優先です。

それが、おざなりになる個性はかえって逆効果です、どうしても自身の個性が見えてこない場合は、一旦個性の話は置いておいて、「**記事の基本**」を外さない記事を書いてくださいね（^^）

③レポートを作成する

ブログ記事をまとめて、無料レポートを作成します。

ブログ記事とは別に専用でノウハウレポートを一から作成してもよいですが、（レポート作成に慣れないうちは）書きためたブログ記事をまとめるのが簡単&効率的でオススメです。

ネットビジネスなら

- ・アフィリエイトのノウハウ記事をまとめてレポートにする
- ・ブログの構築（Wordpress）方法をまとめてレポートにする

趣味なら

- ・釣りの始め方のレポートをつくる
- ・トレッキングや山歩きのノウハウレポートをつくる

こんなのも結構あります

- ・無料レポートのネタを探す方法
- ・無料レポートの作り方

*まさにつくりながら書くという感じですね、

過去（2～3ヶ月前）の自分を思い起こし「こんなんあったら助かったらうな〜」と思える内容を探してみてください。きっとそのレポートを熱望している人がいます。

無料レポート作成

作成は主に [MicrosoftWord] などを利用して、テンプレートを元に作成すると便利です。出来上がったレポートは [PDF 形式] で保存します。（*他にも色々な形式があります）

無料レポートスタンドへの登録

無料レポートスタンドとは、「無料レポート」を登録する人とそれをダウンロードする人の仲介を専門としているサイトのことです。

有名な無料レポートスタンドには以下のようなサイトがあります。（＊他にもたくさんあります）

<無料レポートスタンド>

メルぞう（＊お勧め）：<https://melzo.jp/>

メルぞうはレポートだけでなく、幅広いコンテンツを扱っています。

無料レポート.net：<http://mrrp.net/>

④メルマガの読者を集める

②ブログ&③無料レポートの媒体から、メルマガの読者を集めます。

ブログのバナー（メルマガへのリンク）からメルマガ読者を集める流れ

1. ブログを作成する
2. ブログのメニューバーやサイドバーにメルマガ登録のリンクを貼る
3. ブログを閲覧した人がメルマガに登録する
4. メールを配信する

無料スタンドからメルマガの読者を集める流れ

1. 無料レポートを作成する
2. 無料レポートを無料レポートスタンドに登録する
3. 登録した無料レポートがダウンロードされる
4. レポートのダウンロード1件につき、リスト（メールアドレス）が1件手に入る
5. リストをメルマガへ登録しメールを配信する

その他のメルマガ 読者を集める方法

上記の他にも SNS や YouTube などの動画サイトを活用してメルマガ読者を集めることもできます。

- X (Twitter) ・ LINE ・ Facebook などの SNS にメルマガ登録フォームを設置
- YouTube 動画の説明欄などから、メルマガ登録フォーム ・ ブログ本体へ誘う

⑤メルマガを配信する

メルマガ を配信する方法はいくつかありますが、「**有料のメルマガ 配信スタンド**」と契約して、そのシステムを使用する方法が一般的です。

ブログや無料レポートにメルマガ登録のリンクを貼り、登録申し込みがされるとメルマガシステムにメールアドレスや名前が登録されます。登録されたアドレス宛にあらかじめ用意したステップメールや、随時書く一斉配信メールを送信します。

メルマガ配信には全員に同時に同じメールが送信される**一括配信のメール**と、個別に一連のメールが配信される**ステップメール**があります。ステップメールはあらかじめ作成し配信スケジュールと共にメルマガシステムに登録しておき、一括送信メールは都度作成し配信します。

<おすすめのメルマガ配信スタンド>

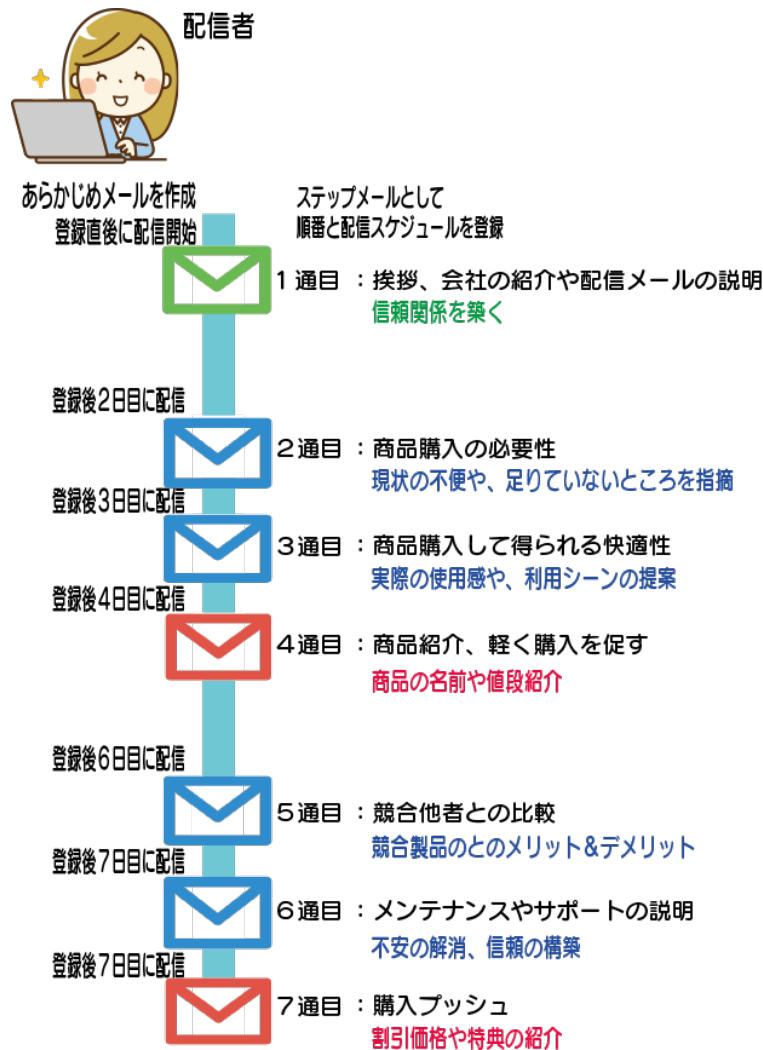
■ MyASP

* MyASP の紹介は[実践編]No2 で詳しく解説しています。

⑥商品を販売して収入を得る

⑤のメルマガ で商品販売のためのステップメールを作成し、商品を販売します。
販売したい商品とターゲット設定をもとに、ステップメールを作成します。

<ステップメールの例>



このように、複数のメールに一連の役割とストーリー性をもたせて配信します。顧客の疑問点や不安点を解消しつつ、販売元の信頼も獲得しつつ、商品の必要性和それがもたらす快適性をアピールしつつ（となんだか欲張りですが）、これらを押し付けがましくなく盛り込みます(^^)。

成約率が上がるまでには、試行錯誤が必要かもしれませんが、ステップメールをものにするのと文字通り「なんでも売れる」営業マンになれます。販売の実績が出て収入になる他、蓄積されたノウハウも財産になります。最初から上手くはできないかもしれませんが、トライすることで確実にノウハウは身につきます。恐れず挑戦してください。

まとめ

収入を得るまでの流れがイメージできましたか？

ブログだけでアフィリエイトを実施し収入を得ることもできますが、ブログ&メルマガ を連携させることで、それぞれ単独で運営するより効率的に高収入の仕組みができます。それぞれを個別に運用するより一貫したテーマとターゲットを決めて計画的に構築していくことをオススメします。

連携させる最大の利点は、ブログとメルマガ それぞれの特徴と役割を持たせることです。具体的には、**ブログは集客、メルマガは販売**という役割分担です。ブログの役割は訪れた人に対して、役に立つ情報を配信し読者をつくることです。いい記事を書く人と認められれば、メルマガ登録の率も上がります。「いい記事」とは、一貫したテーマがあり、題材としているジャンルに関してしっかり調べ信頼ある情報が記載されている記事のことです。さらに読みやすい工夫、痒いところに手が届くようなサポート解説がされていればたった一つの記事でも読者の心を掴むことができます。

「どんな人が書いているのだろう」とプロフィールや他の記事も読んでもらえれば、メルマガ登録の確率は上がります。



POINT

1記事1記事「手を抜かない」積み重ねが大事です。

メルマガ の読者を集める、メールアドレスを収集するという点では「無料レポート」もかなり効果的です。ブログより多くのメールアドレスを集めることができます。「オススメ」されるようなレポートができれば、一度に数百人単位のダウンロードがされリストを集める事ができます。

メルマガ の最大の役割は、読者との信頼を構築することです。会社で言うと優秀な営業マンがあしげく通い上得意様をゲットするようなイメージです。なので、商品売ることに意識をおくより読者との関係を大事に育てていくことを意識することがメルマガを上手に運用するコツです。また、その方がやりがいも感じられると思います。

ものを売る前に自分をしっかり売り込むことができれば、自然と成果はついてきます。



POINT

1通1通 大事なのは「コミュニケーション」です。

■メール（メルマガ） 配信システムとは、 機能と選択のポイントを 詳しく解説

メールマガジン（メルマガ）を配信するためには、**メール（メルマガ）配信システム**を利用する必要があります。この章では、メール配信システムの役割と、配信システムでできることをわかりやすく解説しました。またメール配信システムを選ぶためのポイントを初心者向けに紹介しています。

メール配信システムは（**メルマガスタンド**とも言われます）、登録されているユーザーのメールアドレスに、1 通のメールを一斉に配信したり、あらかじめスケジュールの組まれた一連のメールを順番に配信したりすることができます。そのほかにもメールマガジンを運営するために便利な機能を備えたシステムです。

通常のパソコンで利用しているメール（メールを送受信するためのソフト）では、多量の宛先に一斉送信したり（ある程度はできますが、1,000 や 10,000 を超える数となると厳しいです）、1 連の複数のメールを予約配信するといった操作は得意ではありません（手動ではとてもできない作業です）。

メール配信システムには数多くのサービスが存在し、有料版だけではなく無料で利用できるものもあります。これらのサービスと契約することにより、用意された便利なメルマガ運用のための機能を利用することができます。

メルマガ（メールマガジン）とは

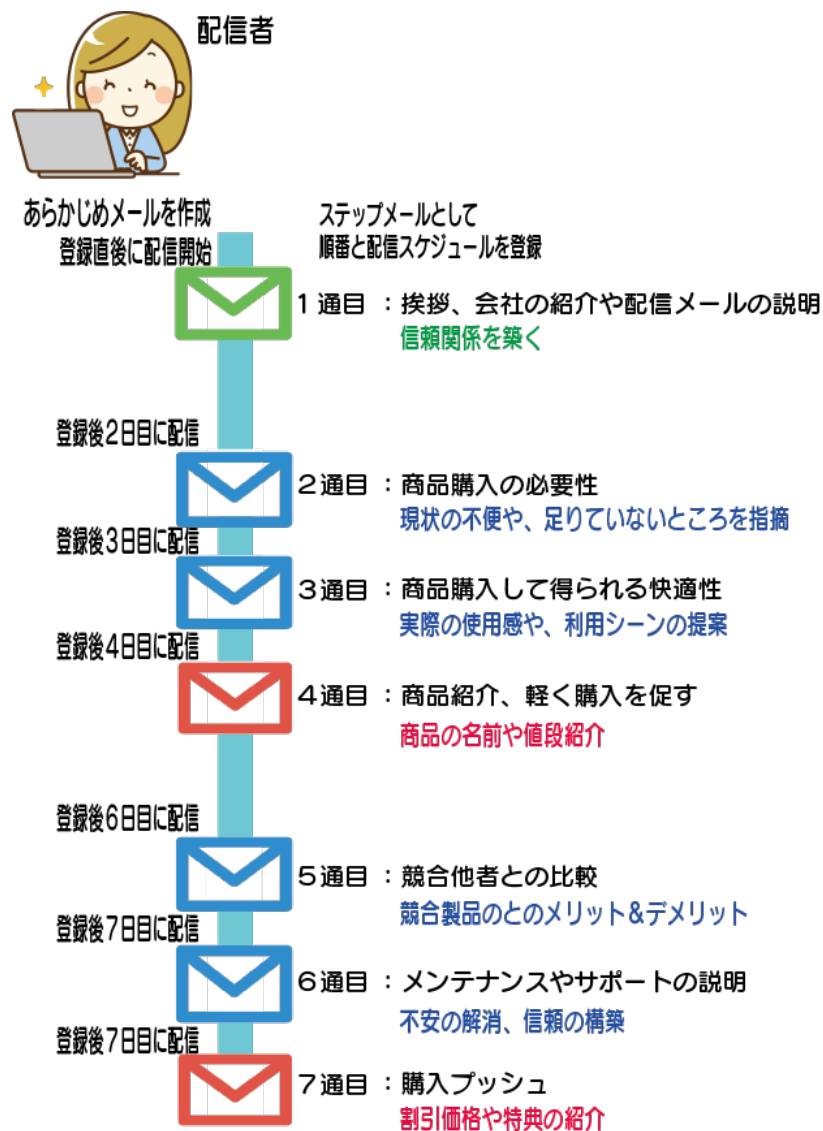
メールマガジンの役割

メールマガジンは単なるお知らせメールではありません。お客さまとの関係を構築し、信頼と実績を積み上げるための有効なツールです。

メールマガジンには色々な配信方法がありますが、なかでもその効力を発揮するのが「**ステップメール**」という手法です、以下に一般的なステップメールの例を図解しました。

ステップメールは、お客さまから「メルマガ登録」「問い合わせ」「資料請求」など、何らかのアクションが起こった時を起点に配信が開始されます。

<ステップメールの例>



このように、複数のメールに一連の役割とストーリー性をもたせて配信します。顧客の疑問点や不安点を解消しつつ、販売元の信頼も獲得しつつ、商品の必要性和それがもたらす快適性をアピールしつつ、提供したい（顧客が望む）情報を押し付けがましくなく盛り込むのです。

優れたステップメールは、成約率が高く。優秀な営業マンに匹敵する役割を担います。

メール（メルマガ）配信システムでできること

では次に、一般的なメール（メルマガ）配信システムでできることを紹介します。勿論無料や有料の違い、各サービスの中でも登録コース（値段）による違いはありますが、初めてメルマガを使う初心者を想定して、備えて置いて欲しい機能（必要最低限な機能）に絞って紹介します。

登録フォーム作成機能

メルマガの登録フォームとは、お客さまがメルマガに登録するための情報を入力して登録申し込みするためのフォーム（申し込み画面）です。

入力項目（名前・生年月日・住所 など）や、項目の条件（全角のかな・半角英数・文字数）などを設定し、エラー時の対応方法を決めて設置します。メルマガ登録フォームの作成機能とはこれらのフォームが専門知識がなくても、視覚的な操作で作成できる機能です。作成したフォームはLP（製品案内や購入を促すためのホームページ）やブログ内に設置できます。

* 設置方法や設置形態は各サービスにより異なります。

自動登録機能

ユーザーが、ブログやその他の媒体でメルマガ登録のフォームから登録操作をすれば、メールシステムにそのデータが自動的に登録される機能です。登録内容はフォームで入力された、名前やメールアドレスなどですが、その他にも登録日時や登録時のIPアドレスなどが記録されることが一般的です。

なので、利用する側はフォームの入力内容を手動でシステムに入力し登録する必要はありません。

またあらかじめ用意しておけば、登録と同時に自動返信用のメールが配信され、さらに準備したステップメールの配信が開始されるので、手動での対応はほぼ発生しません。

ステップメール配信機能（シナリオ配信）

メルマガ配信システムを使う上でもっとも利用頻度の高い（または利用する価値のある）システムです。

*あくまでもりんごの個人的意見ですが、この機能があるから専用システムを使うと言っても過言ではありません（^^）。

*ステップメールの機能に関しては、前述したイラストを参照ください。

ステップメールとは、ユーザーの「商品購入日」や「資料請求日」、などを起点にしてあらかじめ作成しておいた一連のメールを送信するシステムのことです。

このため、ステップメールには配信設定をするスケジュール機能、起点とした日を元に〇日後にどのメールを配信するかを設定できる機能があります。

またメルマガの登録方法も、顧客からのアクション（「ユーザー登録」、や「資料請求」など）で自動的に配信が開始されるシステムが用意されています。

メールの中には商品の詳細説明やデモンストレーションのサイトへのリンクが貼られ商品購入に繋がります。



POINT

ステップメールの目的と役割

- **新規ユーザーに対し信頼を築く、**
 - **商品への関心を高める、**
 - **購入（入会）につなげる、**
 - **既存ユーザーに再購入を促す、**
- など、売り上げや成果に直結する役割を担っています。

分岐メルマガ配信機能（クリック分岐機能）

「分岐メルマガ」または「クリック分岐」と呼ばれる機能は、読者がメール内の URL をクリックすることで、別のメルマガへ登録されそのメルマガが配信されるようになる機能です。

つまり、ある情報に特化した専用のメルマガが読者自身が該当のメルマガの配信を希望した場合にのみ送られることになります。

運用方法としては、読者の関心別に数種類のメルマガを用意しておき、配信登録のための URL をメール内に設置します、読者は自分の興味のあるメルマガを選び配信申し込み（登録）をすることができます。（専用メルマガは本コースのメルマガとは別に配信される場合が多いです）。

また、イベントや個別のセミナーなど、関心がある人のみに情報を提供する場合にも利用されます。

またこれらの専用メルマガは、興味がなくメルマガ配信を希望しなかった人には送られません。一般的な仕組みは以下です



POINT

分岐メルマガの仕組み

- 1、用意された登録操作で、ステップメール（本コースのメルマガ）が配信スタート。
- 2、ステップメールの何通目かで別のメルマガの追加配信を選択する。または、最終メールで今後の配信内容の選択肢を選んでもらう（操作は読者がメルマガ内の案内 URL をクリック）。
- 3、読者が配信を選択（URL をクリック）後、分岐用に準備したステップメールが配信される。
*メルマガシステムの中では「別メルマガ」に自動的に登録される
- 4、読者は自分の選んだステップメールを受け取る。

*これらの仕組みは、メール内の URL をクリックするだけで「すべて自動」でおこなわれる。

*読者が改めて、名前やメールアドレスを入力する必要はない。

このシステムの利点は、何と云ってもより絞り込んだターゲットだけに目的の情報が流せることです。情報の提供の仕方も積極的に強く勧めるスタンスをとることができます。

読者側も、自分の意志で情報の受け取りを選択した手前があるので、メールの開封率も高く提供される情報への関心度も高いです、勿論購入（成果の出る）確率も高くなります。

メルマガ配信停止機能（メルマガの解除機能）

メルマガには必ず読者が自ら配信停止を行うことができる機能を備えることが義務付けられています。読者はいつでも自分の意志でメルマガの配信停止を行うことができます。

通常は、メールの最後等に「**このメルマガの解除はこちら**」などの表示で、解除手続き画面の URL が明記され（または文字にリンクが貼られていて）、メルマガの配信解除画面へ誘導されます。メルマガの配信解除画面では「**配信停止**」の手続きがわかりやすく示され、**スムーズに配信停止手続きを行う**ことができるよう準備されています。

メルマガシステムでは、この配信停止手続きが用意されていることが必須です。

本文への各種自動入力機能

メルマガには、各種の自動入力機能が用意されています。ここに記載した機能の他にもたくさんありますが、以下の内容は是非利用したい（必ず必要な）機能です。

名前の自動入力

「〇〇さん」の〇〇の中に、ユーザーの氏名（「姓」や「名」その両方）を自動で入力する機能です、メールの中に決められた定型文字（[%name%]など）を入力することで、ユーザー毎にそのユーザーの名前が入力された文章になります。

「あなた」や「みなさん」と行った一般的な表現より、読者に対して訴えかける力が強くなりますし、また親近感を持ってもらうためにも有効な方法です。

メルマガの基本は「**1対1**」です、多くの人に呼びかける表現は使用せず個人に向けて伝える文面を書くよう工夫することが重要です。そのためにも**名前の自動入力機能**は欠かせません。

定型文の挿入

毎回記載する挨拶文や、案内文をあらかじめ登録しておいて、指定したコードを入力することでその定型文が記載される機能です。セットした定型文を直すだけで、全体のメール内の文章を一括で操作できることが魅力です。

効果測定機能

ステップメールシステム同様、メルマガシステムを使う上での最重要機能と言っても過言ではありません。

- ・ 読者がメールを開いて見たか？
- ・ メール内の URL をクリックしたか？
- ・ 目的のサイト（URL）を表示させたか？
- ・ メール の 到達 が エラー に なっ て い な い か ？

などのアクションや結果を測定する機能です。

測定は、読者個人ごと、設定した URL ごと、日付ごとなどなど、メルマガシステムによって様々な分析機能が用意されています。メールは送信したら最後ではありません、これらをしっかり分析し目的の成果が出るよう日々改善が必要です。

なぜなら、URL がクリックされていないなら、**メール本文の改修が必要**ですし、URL がクリックされサービス内容の LP が表示されているにも関わらず購入がないのであれば **LP を改修する必要があります**。このように、どの部分へのデコ入が必要かをしっかり見極めながらの対策が欠かせません。そのための重要な機能です！



POINT

メルマガ効果測定に重要な指標

開封率

クリック率

コンバージョン率（成約率）

メールの到達率

アンケート送付機能

読者の意向や、興味のある無しは推測ばかりではなかなか真意を測ることはできません。一番確かな方法は読者に直接聞いてみることです（^^）。

そのための便利な機能が**アンケート送付機能**です、あらかじめ用意したアンケート項目へ誘導し、回答を送ってもらいます。回答の内容を集計したり分析したりできる機能を持つものもあります。

一般的な仕組みは以下です

アンケートの仕組み

- 1、あらかじめアンケートを作成し用意しておく。
 - * 項目の選択式がおすすめ
 - * アンケート数は少なめに
 - * 項目の内容は迷わず回答ができるよう工夫する（曖昧な答えを用意しない）
- 2、ステップメールの何通目かで（早めが有効）アンケートの依頼をし、専用の URL を記載する（操作は読者がメルマガ内の案内 URL をクリック）。
- 3、2 のメールで読者がアンケートを選択（URL をクリック）時アンケートの画面が表示される。
- 4、読者は自分の選んだ回答を記入してアンケートを送信する。
- 5、メルマガシステムがそのアンケート結果を集計し、わかりやすく表示してくれる
 - * プレゼントやポイントを用意して、自動的に読者に付与されるシステムもある
 - * これらの仕組みは、メール内の URL をクリックするだけで「すべて自動」でおこなわれる。
 - * 読者が改めて、名前やメールアドレスを入力する必要はない。

このアンケートに、回答のお礼でプレゼント等を用意することによって、その受け渡しを通じて関係が深まるチャンスにもできます。その意味でもアンケートはメルマガ初期に入れるとメルマガからの離脱率を抑える効果も期待できます。

- * メルマガ離脱とは＝メルマガ解約率もさることながら、メールを開封しなくなることも含められています。

LP (Landing Page) の作成機能

LP とはランディングページ (Landing Page) と呼ばれるもので、本来の意味は検索結果や広告などを経由して訪問者が最初にアクセスするページのことです。訪問者がホームページに着地する (land) ページということからこの名前がつけました。略して LP とも呼ばれます。ただし、この定義は広い意味 (広義) のランディングページ (LP) のことを指しています。

ランディングページ (LP) には、上記の意味とは別に、狭い意味 (狭義) のランディングページ (LP) が存在します。それは、訪問者のアクションを誘導することを目的とした縦長レイアウトのページのことです。

メール内のリンクをクリックしたら、ある特定の商品の紹介をしたページが現れ、その途中や最後に商品購入用のボタンが用意されてる。(よく見るアレのことです)、一般的にランディングページ (LP) というと、この狭義のランディングページを意味することが多いです。

メルマガシステムに備わっているランディングページ (LP) の作成機能も、狭義のランディングページ (LP) を作成する機能のことです。主な LP の特徴としてあげられるのは以下のようなものです

LP の特徴

■縦長のレイアウト (サイドバーなどがない)

- * 色々な情報や、購入への動機づけをするため長くなる場合が多いです
- * 他の要素は不要 (無いほうがいい) ため、サイドバーなどは用意せず、他の情報表示も設置しません。

■他のページへのリンクがない

- * 途中でページから離脱することを防ぐためリンクを貼ることはしません

■購入申し込みやお問い合わせの、アクションのボタンがある

- * LP の目的はアクションを起こしてもらうことなので、そのためのボタンが用意されています。(ボタンは LP 内に数回設けられます)

メルマガと LP は連動させて設置することが一般的です、したがってメルマガを運用する上で LP の作成は必須です。LP 作成専用のシステムやアプリケーションも沢山ありますが、メルマガに LP 機能が備わっていることは、別途に LP 作成専用のアプリケーションを用意する必要もなく、またメルマガからの連携も設定しやすいのでとても便利です。

メール配信システム（メルマガスタンド）選択のポイント

上記のメルマガに必要な機能なども考慮して、どんなメルマガスタンド（メール配信サービスを提供する業者）を選ぶべきか、そのポイントをあげて見ました。

メールの到達率が良い

メルマガ配信を行うにあたって、「**メルマガがちゃんと届くか**」ということはとても重要です。当然のように思われることですが、メール配信システムによっては「**迷惑メールに振り分けられる**」「**メールが遅延する**」「**メールが届かない**」ということが起きる場合があります。100%の到達率は難しくてもなるべく到達率（配信したメールが相手に届く率）の高いメルマガスタンドが好ましいです。

各メルマガサービスは、サービス提供前に登録者の審査を行い、迷惑メールを大量配信するなどの悪質なユーザーの登録を除外するよう努力しています。それはそのような悪質なユーザーが一人でも存在すれば、同じメルマガシステムを利用する他の利用者のメルマガも「**問題あるメルマガスタンドから配信されたメルマガ**」と認識される可能性があり、メールを受け取るサーバーから迷惑メールとして扱われることになってしまうからです。つまりメールの到達率に悪影響を与えることになります。

メールの到達率に大きく関係するのが、単独サーバーなのか、共有のサーバーなのかという点です。おすすめは単独サーバーですが両者の特徴（メリットとデメリット）をまとめました。

単独サーバー

自分だけで、サーバーを占有して使用します、メリットは他の人の利用の影響を受けないので遅延や意図しない迷惑メール判定をされる危険性が少ないことです。デメリットは一つのサーバーを一人で使うため利用料金が高くなることです。ただし、メールの到達率を考えると断然単独サーバーの方が有利です、可能な限り単独サーバーのサービスを利用するようにしましょう。

(理由は以下の共有サーバーの記載にあるように、共有している他のユーザーが迷惑メールを送信すれば、サーバーの共有者全員が迷惑メールの送信者と判断されてしまう可能性が高いです。迷惑メールの送信サーバーと判断されると送信されたメールも当然迷惑メール扱いされ読者の元に届きません。その点単独サーバーではこのように他人の迷惑行為が自分に及ぶことがないため、メールの到達率がよいのが特徴です)

共有サーバー

共有サーバーとは、文字通り複数人で一つのサーバーを共有することです。メリットは利用料金が安価になることですが、共有者の中に迷惑メールを送信する人が居た場合共犯扱いとなりそれ以外の人を送ったメールまで迷惑メールとして扱われてしまうデメリットがあります。つまりメールの到達率が下がります。

ニーズに合った機能を満たしている（要らない機能は省く）

メール配信システムは、有料＆無料を含め沢山あります。高機能のメルマガスタンドが良いにこしたことはありませんが、その分費用も高くなります。メルマガスタンドは**自分の利用目的に合った機能を揃えているものを選びましょう**。

そのためには、**自分のメルマガ運営にとって必要な機能を決める作業が大切です**。つまるところ、**メルマガを運営する目的をしっかりと決めることが出発です**（^^）。

セキュリティ対策がしっかりされている

個人での運営でも、読者や商品を購入してくれるユーザーを思うと、セキュリティ面での安全性は大事です。名前やメールアドレス等を含めた個人情報扱うことになるため、情報漏洩や不正アクセス等のトラブルが起きると大変なことになります。セキュリティに力を入れているかどうかは、メルマガシステムの信頼性を確認するうえでのとても大切な項目です。

サポート体制

初心者がメルマガを運営する上ではサポート体制はとても大事です。

- マニュアルはわかりやすくしっかり整備されているか、
- トラブル時やわからないことの相談はできるのか、
- 相談した時の答えは迅速に返って来るのか、

など、メルマガのサイトの説明を確認したり、既存の利用者の感想などの情報をネットでしっかり調べてみるのが大事です。

費用（料金）

メール配信システムの料金はサービス業者によりかなりバラつきがあります。また、同じサービス業者内でも提供されるサービス内容や、配信数により異なるコースが用意されており、勿論料金も異なります。無料のメルマガスタンドもあります。

値段の安いサービスを選びたいところですが、今まで記載してきた項目と照らし合わせて、必要なシステムやサービスを選択し、安全面や有効な運用を確保することが大切です、そのためそれなりの投資は必要です。

ただし、運用上必要のないサービスまで加えた高い料金を払う必要もありません。

料金比較をする場合、以下の項目を今一度確認しながら選ぶことが大切です。

- 単独サーバー利用か
- メールの到達率は良いか
- 必要な機能は満たしているか
- セキュリティ対策はしっかりしているか
- サポート体制は自分にあっているか

最後に

メール（メルマガ）配信システムについて、利用できる機能やメルマガスタンド選択のポイントについてお伝えしましたが、その便利さや活用のイメージを持っていただけたでしょうか。

動画や SNS での情報発信が盛んになり、メルマガ（メール配信）での情報配信はもう古いなど言われることもありますが、りんごの実感としては

いやいや、**メール（特にステップメール）の威力はまだまだ凄い** と感じています。個別配信、一斉配信を問わず、自分のビジョンを伝えたり、行動を促したり、商品紹介をしたり、画のないテキストのみの文面を使うことがほとんどですが、その言葉の持つ威力、思いを届ける力を日々感じています。

是非、あなたのビジネスにメール（メルマガ）配信を取り入れて、その成果を手にしてください。

◆◆◆◆◆
発行者情報
◆◆◆◆◆

■発行責任者：りんご

□お問合せ：<https://applired.net/support/otoiawase/>

■運営ブログ：<https://applired.net/>

□特定商取引法に基づく表記：

<https://applired.net/support/transactionslaw/>

■X (Twitter)：https://twitter.com/rin_ngo

□メールアドレス：yoko_takano@appli.red