

表現力豊かな Eメールで マーケティングを行う



【講師】
A&M Leader 代表
Webコンサルタント
二木 暁子

WebページとEメールの連携による顧客増を考察する連載の第2回目は、HTMLを使ったマーケティングを取り上げる。

Eメール（以下メール）を発行する目的は「マーケティングの拡大と維持」です。
Webがネットユーザーにとって

の「待受け型メディア」だとすると、メール発行は「捕獲型のメディア」と言えます。

メールの機能を『顧客に選ばれるEマーケティング（かんき出版）』の著者鶴本浩司氏は著書の中で次のように分類しています。

- ・販売型メール…
オンラインショップ等が発行する商品の販売を直接促進させる
- ・見込み客獲得型…

顧客になる可能性のある見込み客を得る

・育成型…
実際にはオンラインでの販売はしていないが、販売につなげるプロセスがある

・ロイヤリティ型…
すでに顧客になっている消費者に対して顧客満足度を高める（購入後のアフターフォロー）

顧客との関係を長く維持するため
に価値ある情報をメールで提供

今回はメールの中でも特にHTML

Lメールの可能性と効果的な発行について考えていきたいと思います。

画像送信が可能な HTMLメール

HTMLメールと一般のメールの違いは、テキストだけで構成されているメール（テキストメール）に対してHTMLメールが画像を直接載せることができる点にあります。HTMLはWebサイトを記述する際の言語ですから、HTMLメールを使えば、テキスト以外の情報もメール受信者に直接届けられることができます。

HTMLメールの特徴を3つにまとめてみました。

- (1) 画像を使ってビジュアル面でのアプローチができる

(2) フォームの設置ができるのでレスポンス効果が上がる

(3) メールの開封率が測定できる

(1)では、商品等の写真を直接メールに掲載するので商品購入率を上げることに作用します。(2)については、フォームを設置できるので、資料請求やアンケート等のアクションが起しやすいと言えます。また(3)はメールを開封したかどうかで関心度が計れます。

しかし、実際HTMLメールを使ってマーケティングを考える場合、HTMLメール発行のデメリットも考える必要があります。発行によるメリットとデメリットをよく比較してHTMLメールを使うかどうかを決め、顧客の開拓と維持につなげていきましょう。

が、すでに広告メール＝HTMLメールになっているアメリカのケースを見ても、HTMLメールによる顧客獲得は今後も期待できると言えます。効果的に使えば企業の商品やイメージをより効果的に伝えるHTMLメールは、その企業の特性を活用することとさらに可能性が広がるツールになると言えるでしょう。

Webに用意するHTMLメール発行のための情報

☒	読者からのパーミッションを2種類取得するためのアンケートフォーム
☒	テキストとHTMLメールの両方に対する配信機能と案内
☒	FAQの設置
☒	メールサンプルの用意
☒	HTMLメールについても考えたプライバシーポリシーの掲載

HTMLメール発行の デメリット

読者の立場に立つて考えると、テキストメールを受信していた読者がすぐにHTMLメールを受け入れるかどうかという問題がまずあります。

さらにHTMLメールは画像を使うため、より視覚効果の上がるデザインを考える必要があるでしょう。この点はWebと同様、質の高いものは製作コストがかかりますが、値段の割にHTMLメールのレスポンス

スの向上に直接つながらないという点もありません。このことを考えると、HTMLメールを出すことで今よりもメールの読者が増えるという判断ができそうなら導入

に踏み切るのがよいでしょう。また自社が提供するサービスや商品のレスポンスが高まるかどうか大きな要素になります。

HTMLメール発行に 必要な準備

HTMLメールを発行する場合、読者のメール受信ソフトがHTMLメールに対応していない場合やHTMLメールを好まない読者の存在を考慮しましょう。

発行前の準備としては、次の5つ

- (1) メールマガジン受信の許可とHTMLメール形式という許可
 - (2) テキストとHTMLメールの両方を用意する
 - (3) FAQを設置して、HTMLメールに関しての質問や問題の解決方法を提示する
 - (4) メールサンプルを用意し、HTMLメールがどのようなものか直接見てもらう
 - (5) HTMLメールに付帯するプライバシー問題についてプライバシーポリシーをより検討する
- 特に(5)については、固有の問題としてクッキーの使用等があります。HTMLメールを受信するのを拒否する理由として、ウイルス感染やセキュリティの問題を上げるインターネットユーザーは多くいるので、検討しなくてはいい点と言えます。
- 導入事業の例で見ると、HTMLメールにより、直接効果が上がる場合と現行のテキストメールとほとんど変わらない場合があります。
- 最も効果が見込めるのは直接インターネットユーザーに商品販売したり、サービスを提供するケースで

今回のまとめ！

- ・顧客対応強化の手法として、HTMLメールがある。ただし、HTMLメール送信に関しては顧客側の状況（メールソフト、ポリシー等）をつかみ了解を得ることが大切。
- ・HTMLメールはネット販売効果に特に効果を上げる。