

▼見込み顧客の育成

配信対象者：潜在層（課題を認識していない）

配信目的：現状維持の破壊

CTA遷移先：業界レポート、アンケート調査のWebページ・資料 など

①キーマッセージ（新しい気づき）

②CTA（直観的な行動喚起）

③説明（キーマッセージの根拠や理由）

④CTA（論理的な行動喚起）

※括弧内はそれぞれ要素の役割

▼メールテンプレート例

~~~~~

{顧客名}様

こんにちは。{企業名}の{担当者名}です。

{顧客名}様は、ご存知でしたか？実は見込み顧客の75%は、一般的なコンテンツではなく『個別最適のコンテンツ』を企業へ期待していることに。

**B2Bマーケター必見！【最新レポートを無料ダウンロード】**

米国CONVINCE & CONVERT社が調査した2022年データでは、『B2Bバイヤーの75%が個別最適のオファーを企業へ期待している』ことが明らかになりました。

この結果は、BtoB市場において企業が今後どのようなコンテンツ戦略に進化すべきかを示唆しています。

顧客一人ひとりに合わせたアプローチができなければ、見込み顧客はどんどん貴社から離れ、他社に奪われることでしょう。

今すぐこの無料レポートをダウンロードして、BtoBマーケティングの新たなスタンダードを学びましょう。{顧客名}様のビジネスが更に加速する絶好の機会と思い、このレポートをお送りさせていただきます。

**最新レポートを手に入れる**

~~~~~

▼見込み顧客の育成

配信対象者：準顕在層（課題を認識中）

配信目的：ソリューション提案

CTA遷移先：自己診断ツール、ソリューションガイドのWebページ・資料など

-
- ①キーメッセージ(解決策の暗示)
 - ②CTA(直観的な行動喚起)
 - ③説明(キーメッセージの根拠や理由)
 - ④CTA(論理的な行動喚起)
-

※括弧内はそれぞれ要素の役割

▼メールテンプレート例

~~~~~

{顧客名}様

こんにちは。{企業名}の{担当者名}です。

{顧客名}様は、今のマーケティング戦略の設計に課題を感じていませんか？  
もし課題を『今すぐ無料診断』を行い、マーケティング体制の弱点を明らかにしましょう！

#### マーケティング戦略の無料診断をする

最新の業界調査によると、多くのBtoBマーケティング担当者が実は自社の戦略に関して重大な誤解を抱えています。調査結果では、戦略的なアプローチの欠如が、リード獲得の機会損失に直結していることが指摘されています。

この調査からは、明確なマーケティング戦略と定期的なパフォーマンス評価の重要性が浮き彫りになりました。競合他社に差をつけるには、戦略の見直しと最適化が不可欠です。

今すぐアクセスして、無料の自己診断ツールでご自身のマーケティング戦略を評価しましょう。この自己診断を通じて、どのエリアが改善を必要としているのかを確認することができます。

#### とりあえず無料診断してみる

~~~~~

▼見込み顧客の育成

配信対象者: 顕在層(購入意向が明確)

配信目的 : 社内検討用のコンテンツ提供

CTA遷移先: 製品詳細ページ、デモ予約ページ、競合比較表など

-
- ①キーメッセージ(製品の価値と適合性の強調)
 - ②CTA(直観的な行動喚起)
 - ③説明(キーメッセージの根拠や製品の特徴)
 - ④CTA(論理的な行動喚起)

※括弧内はそれぞれ要素の役割

▼メールテンプレート例

~~~~~

{顧客名}様

こんにちは。{企業名}の{担当者名}です。

商談化率の課題は、バイヤーイネーブルメントツールで解決！

**今すぐ無料デモで体験**

私たちのBtoBマーケティング支援サービスでは、見込み顧客が社内で納得のいく合意形成ができるように必要なインサイトとコンテンツの企画を大切にしています。適切な意思決定とタスク解消が推進できるバイヤーイネーブルメントツールを駆使して、見込み顧客が商談へ進む理由をつくります。

製品の導入事例では、クライアント企業が平均して商談化率を30%へ増加させ、かつ広告宣伝費の削減にも成功しています。この成功は、当社の洗練されたターゲティングとパーソナライゼーション戦略がもたらすものです。

無料デモを予約して、あなたのビジネスに最適なソリューションを直接見てみましょう。この一歩が、ビジネス成果を大きく変えるきっかけとなります。

『無料デモを予約する』

**無料デモを予約する**

~~~~~

▼リアルタイムフォロー

配信対象者: 資料請求者

配信目的 : より詳細なコンテンツ提供

CTA遷移先: 開催セミナー申込ページ

-
- ① キーメッセージ(ダウンロード御礼 & セミナー案内)
 - ② CTA(直観的な行動喚起)
 - ③ 説明(最新情報の概要やおすすめ)
 - ④ CTA(論理的な行動喚起)
-

※括弧内はそれぞれ要素の役割

▼メールテンプレート例

~~~~~  
 {顧客名}様

こんにちは。{企業名}の{担当者名}です。

この度は、{請求資料名}をダウンロードいただき、ありがとうございます。

資料は[こちら](#)よりダウンロードくださいませ。

※資料が上手くダウンロードできなかった場合は、大変申し訳ございませんがこちらのメールアドレス宛にご連絡いただけますでしょうか。

お問い合わせ先: ~~~~~

本ガイドブックが、{顧客名}様の成功にお役立ちできれば幸いです。

資料内容または{顧客名}様の具体的な課題について、ざっくばらんに壁打ちやご相談はいつでもお受付しております。こちらから強引な営業は一切行いませんので、もしご興味がありましたらお気軽にご相談くださいませ。

ざっくばらんな壁打ち・ご相談をご希望の場合は[こちら](#)から

あらためて、この度は資料をダウンロードいただきありがとうございました。  
 今後ともどうぞよろしくお願いいたします。

~~~~~

▼リアルタイムフォロー

配信対象者: 当日ウェビナー参加者

配信目的 : 具体的な課題ヒアリングの場の設定

CTA遷移先: 無料相談の日程調整

①キーメッセージ(ダウンロード御礼 & セミナー案内)

②CTA(直観的な行動喚起)

③説明(最新情報の概要やおすすめ)

④CTA(論理的な行動喚起)

※括弧内はそれぞれ要素の役割

▼メールテンプレート例

~~~~~  
 {顧客名}様

こんにちは。{企業名}の{担当者名}です。

本日は、{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。

{企業名}は他にも、{自社サービス名}に役立つコンテンツを随時ご案内しています。

{顧客名}様の課題解決にお役立ちできるようなコンテンツを今後も企画してまいりますので、もし他に気になるコンテンツがございましたら是非ご活用くださいませ。

また、ウェビナーの内容または{顧客名}様の具体的な課題について、ざっくばらんに壁打ちやご相談はいつでもお受付しております。こちらから強引な営業は一切行いませんので、もしご興味がございましたらお気軽にご相談くださいませ。

ざっくばらんな壁打ち・ご相談をご希望の場合は[こちら](#)から

あらためて、この度は弊社ウェビナーにご参加いただき、ありがとうございました。  
今後ともどうぞよろしくお願いいたします。

~~~~~

▼リアルタイムフォロー

配信対象者: 導入事例ページアクセスユーザー ※初回配信のみが有効

配信目的: 見込み顧客の実態に合わせた詳細説明の案内

CTA遷移先: 無料面談の日程調整 ※同時に営業部隊へ通知

①キーマッセージ(カスタマイズ提案)

②説明(提案の目的理解)

④CTA(論理的な行動喚起)

※括弧内はそれぞれ要素の役割

▼メールテンプレート例

~~~~~

{顧客名}様

こんにちは。{企業名}の{担当者名}です。  
突然のご連絡、大変申し訳ございません。

{サービス名}にご興味がおりかと思い、ご連絡させていただきました。ご関心をもっている  
いただきありがとうございます。

実際に{顧客名}様が、{サービス名}のご導入でどのような成果が出せるかをイメージいただき  
ご提案のお時間を頂ければと考えております。

実際にご提案の場合は、{顧客名}様の業種や事業規模、課題と近い企業様の導入事例を詳しくご紹介いたします。

こちらから強引な営業は一切行いません。あくまで{顧客名}様に導入後のイメージを持ってもらう場としてお時間30分程度頂戴できると大変幸いです。

もしご興味がございましたら[こちら](#)から日程調整を頂けますと幸いです。

改めて、このたびは弊社サービスへご関心をもってください、ありがとうございます。  
今後ともどうぞよろしくお願いいたします。

~~~~~

▼掘り起こし

配信対象者: 面談実施済みで、商談に至っていない見込み顧客

配信目的: ヒアリングした課題に関するお役立ち情報

CTA遷移先: お役立ち資料の請求URL ※ソリューション内容

-
- ① キーメッセージ(お役立ち情報のご提案)
 - ② 説明(お役立ち情報の詳細)
 - ③ CTA(論理的な行動喚起)
-

※括弧内はそれぞれ要素の役割

▼メールテンプレート例

~~~~~

{顧客名}様

こんにちは。{企業名}の{担当者名}です。

先日はお忙しい中、面談させていただきありがとうございました。  
その後、ご状況はいかがでしょうか。

まだご検討いただいているかと存じますので、よりご検討いただける情報を{顧客名}様へご提供できないかと思い、{請求資料名}のご紹介をさせていただきました。

{請求資料名}は、実際に弊社サービスをご導入頂いている企業様もよくご覧いただく内容になっておりますので、{顧客名}様のお役に立てれば幸いです。

とりあえず資料をダウンロードする

何かご不明な点等ございましたら、お気軽にご相談ください。  
今後ともどうぞよろしくお願いいたします。

~~~~~

▼掘り起こし

配信対象者: 商談実施済みで、契約に至っていない見込み顧客

配信目的: 導入ご検討に役立つサービス情報

CTA遷移先: 導入事例集の添付 ※ソリューション内容

①キーマッセージ(サービスご検討の情報提供)

②説明(情報の詳細)

③CTA(論理的な行動喚起)

※括弧内はそれぞれ要素の役割

▼メールテンプレート例

~~~~~

{顧客名}様

こんにちは。{企業名}の{担当者名}です。

先日はお忙しい中、面談させていただきありがとうございました。  
サービスのご検討はいかがでしょうか。

まだご検討いただいているかと存じますので、よりご検討いただける情報を{顧客名}様へ  
ご提供できないかと思い、{導入事例集名}のご紹介をさせていただきました。

{導入事例集名}は、実際に{顧客名}様に近い企業様の詳細事例が分かる内容になってお  
りますので、{顧客名}様のお役に立てれば幸いです。

**とりあえず資料をダウンロードする**

何かご不明な点等ございましたら、お気軽にご相談ください。  
今後ともどうぞよろしくお願いいたします。

~~~~~

▼最新情報の案内

配信対象者:全見込み顧客(一般情報)

配信目的 :お役立ち可能な最新情報の案内

CTA遷移先:開催セミナーURL、メディア掲載のURL

①キーメッセージ(最新情報のご案内)

②CTA(直観的な行動喚起)

③説明(最新情報の概要やおすすめ)

④CTA(論理的な行動喚起)

※括弧内はそれぞれ要素の役割

▼メールテンプレート例

~~~~~

{顧客名}様

こんにちは。{企業名}の{担当者名}です。

●月●日(●)に、{セミナー名}のご案内をさせていただきます。

○○に関する情報を詳細にお伝えしている内容ですので、ご興味がある方はぜひご参加くださいませ。

**無料で視聴予約する**

#### ■こんな方におすすめ

・~~~~~の方

・~~~~~の方

#### ■本セミナーで学べるもの

・~~~~~

・~~~~~

#### ■イベント詳細

---

セミナー :

日時 :

開催方法:

参加費 :

詳細 :以下のページよりご覧ください。 ※URL

---

## とりあえず視聴予約する

~~~~~

▼最新情報の案内

配信対象者:全見込み顧客(一般情報の

配信目的 :お役立ち可能な最新情報の案内

CTA遷移先:キャンペーン詳細URL、メディア掲載のURL

①キーメッセージ(最新情報のご案内)

②CTA(直観的な行動喚起)

③説明(最新情報の概要やおすすめ)

④CTA(論理的な行動喚起)

※括弧内はそれぞれ要素の役割

▼メールテンプレート例

~~~~~

{顧客名}様

こんにちは。{企業名}の{担当者名}です。

今回は{キャンペーン名}として、●月●日(●)から●月●日(●)の●日間の限定で開催することになりましたので、ご連絡させていただきました。

キャンペーンの詳細はこちらのページへ記載しておりますので、ぜひご覧いただきキャンペーンへお申し込みくださいませ。

## お得な特典をゲットする

### ■本キャンペーンで得られるもの

・~~~~~

・~~~~~

### ■キャンペーン詳細

---

キャンペーン名 :{キャンペーン名}

開催日時 :●月●日(●)~●月●日(●)の●日間

対象サービス :~~~~~

申込方法 :○○よりお申し込みください

詳細 :※URL

お問い合わせ :○○@○○.com

---

## キャンペーン詳細をしてみる

~~~~~