

3分で読める！インサイドセールス紙面講座

インサイドセールスに おけるメルマガの重要性

MA（マーケティングオートメーション） / インサイドセールス支援

アイセールス株式会社

インサイドセールスにおけるメールマガジンの重要性

インサイドセールスにおける電話業務のパフォーマンスやその後の営業展開において、メールマガジンはとても重要な役割を果たしています。これらの連動抜きにインサイドセールスは考えられません。

直接的な販促・PRではなく、顧客とのリレーション目的でメルマガを利用していただくわけですが、例えばセミナーの勧誘の際、先にセミナーの案内をメルマガでご案内しておけば電話でフォローをしたとに話しが通り易くなります。

もちろんこうしたことは、既に周知のことでしょう。

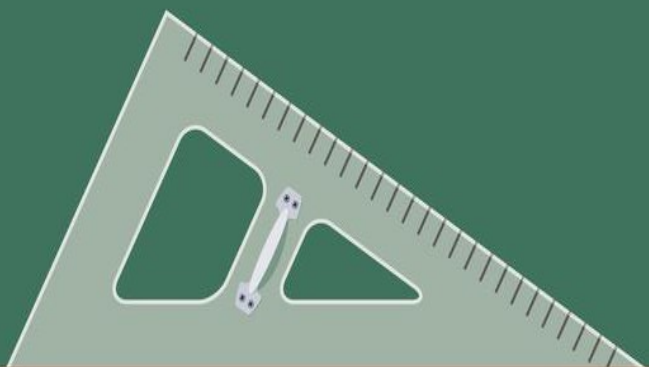
しかし、本来のインサイドセールスにおけるメールマガジンは、もっと深いところに重要な意味合いがあります。



**インサイドセールスにおいて、
メールマガジンとの連携は無くてはならない**



**インサイドセールスにおける
メルマガのポイントは？**



メルマガ送付の承諾を得る

最近では個人情報の観点からも、アドレスの利用目的の開示義務や送付承諾を得る必要があり、むやみやたらに送るということはなくなってきました。

しかしインサイドセールスにおいては「メルマガ送付の承諾を得る」という行為は、ただ個人情報云々という話ではありません。

メルマガは顧客が受け取る準備がない段階で一方向的に送っても、不要な情報を送りつけるという行為にしかありません。どんなに良い情報であったとしても、無駄な（むしろ邪魔な）情報になってしまいます。



一方向的にメルマガ送られてきてもなあ・・・



今日はありがとうございました！

良ければ今後、弊社のメールマガジンをお届けさせていただいてもよろしいでしょうか？

◎◎や△△において、お役立ちできるような内容のものを配信していく予定です！

そのため

「メルマガ送付の承諾を得る」という手順が大切です。

送付の承諾を得るということは、顧客が企業からのアプローチを受ける用意があるということになります。

受け取り手の状況を見ずに一方的に送るのではなく、しっかりと手順を踏んでから配信していくことに意味があります。



思い出していただく以上のことを求めない

定期的に顧客へアプローチするとしても、明確に覚えてもらう必要はありませんし、毎度読んでもらおうと意気込む必要もないです。

むしろそういった意思が乗ったメルマガは読者にプレッシャーを与えてしまい離れていきます。

大切なのは、その顧客が何か必要となったときに『そういえば●●という会社があったな・・・』と思い出してもらえることです。

そのためには、焦らず定期的に、そして一定期間配信を続けることが重要です。



〇〇について詳しい会社って何があったっけな～・・・

そういえばメルマガをいつも送ってくるあの会社、こんなジャンルの事業してたような！



内容はその次でも構いません。

始めはレスポンスもあまりないので不安になることも多いですが、読んでくれている顧客が意外といることに気づくのは、半年から1年以上先です。



近年ではMAツールの普及に伴って、読者の興味関心が解析できるようになっています。

まずは定期的にメルマガ配信を継続し、MAツールで解析しながらより有益な情報をお届けできるよう少しずつ調整していきましょう。

【作成者】
アイセールス株式会社
TEL 03-4405-6609

BtoBのMA運用・インサイドセールスなら