



信頼構築のための

メールシーケンス 基本パターン



メールシーケンスとは？

見込み客に自動的に送信される一連のメール

- ・ 設定した時刻に送る
- ・ 何らかのアクションをトリガーにして送る



なぜメールシーケンスを使うべきなのか？

適切なタイミングで顧客や見込み客にメールを送るため



行動を促す上で非常に重要

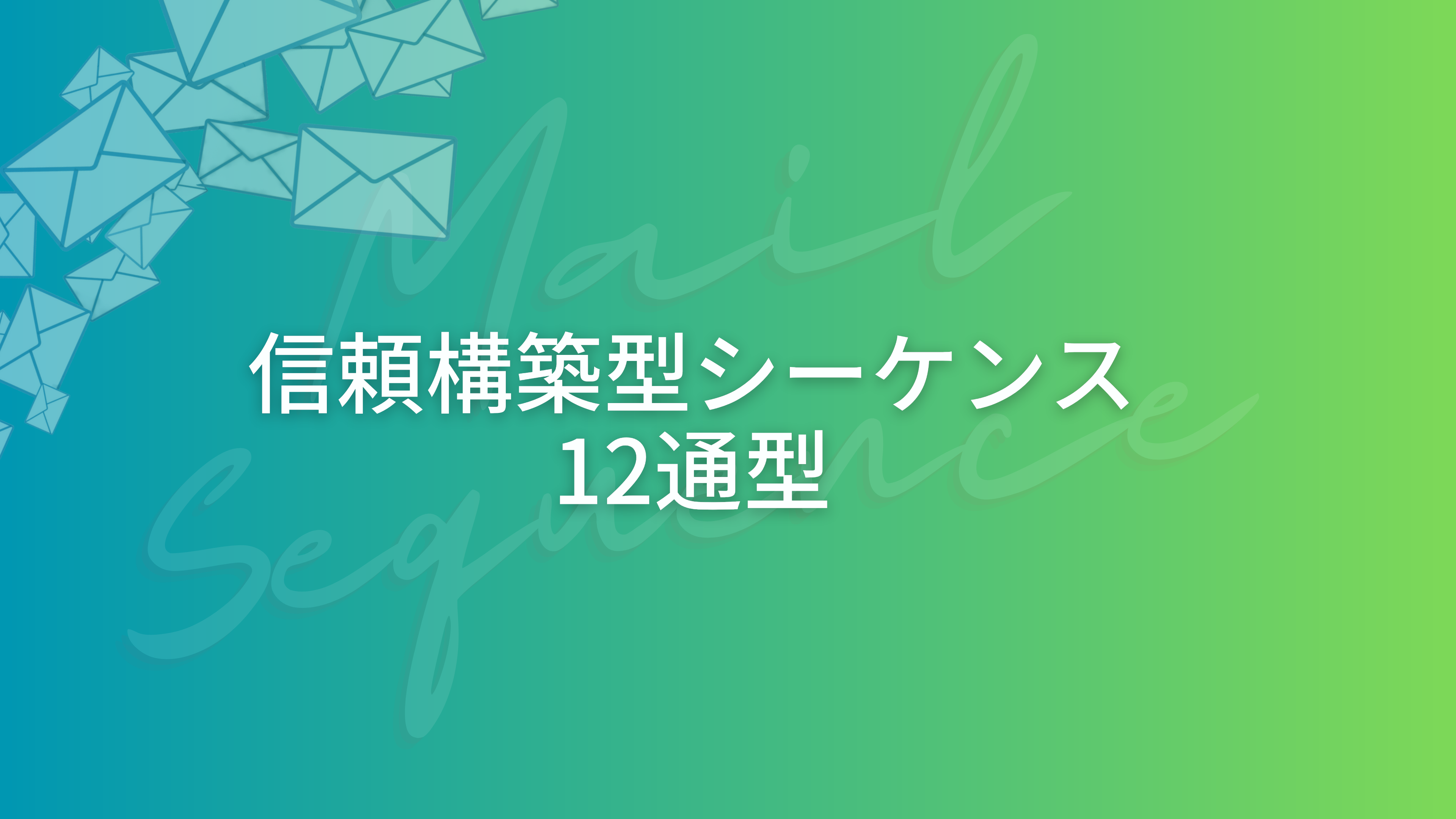


Eメールコース型シーケンス

8 通型

- コンテンツ（lesson）での価値提供
- 前半＝コンテンツでの価値提供
- 後半＝セールスページへの誘導
- あなたやサービスに価値を感じている人に有効

- 1 通目：ウエルカムメール (immediately)
- 2 通目：コンテンツ 1 (lesson.1)
- 3 通目：コンテンツ 2 (lesson.2)
- 4 通目：ソフトセル
- 5 通目：コンテンツ 3 (lesson.3)
- 6 通目：ハードセル (3 日前告知)
- 7 通目：セールス (残り 2 日)
- 8 通目：ラストコール (最終日)



信頼構築型シーケンス 12通型

- 信頼構築を軸に置いた構成
- 前半5通＝信頼構築のための内容
- 後半7通＝セールスページへの誘導
- 信頼構築がまだできてない媒体での集客からの場合に有効

- 1 通目：ウェルカムメール (immediately)
- 2 通目：起源 (origin)
- 3 通目：葛藤 (struggle)
- 4 通目：解決法 (solution)
- 5 通目：告知 (プレローンチ)

セールスパート

6 通目：ビッグアイデア

7 通目：ヒーローズジャーニー

8 通目：見込み客の抱える問題と解説策

9 通目：オファー内容のリストアップ

10通目：FAQ

11通目：問題を解決すべき理由と将来像の提示

12通目：ラストコール



パラダイムシフト型シーケンス

5 通型

- ストーリー中心で一気に信頼構築
- 分割するとプロダクトローンチフォーマーミュラとして使える
- 一本にするとウェビナーになる

- 1 通目：オリジンストーリー
- 2 通目：チャンスへの信念を壊す
- 3 通目：自分の能力への信念を壊す
- 4 通目：自分以外への信念を壊す
- 5 通目：価値の積み重ね