

BtoBリードナーチャリング

BtoBメルマガ活用の3つの成功事例

～名刺などのハウスリストから商談を作るためのヒント～

メルマガの企画検討フォーマット付き

この資料では、BtoBのメールを活用したリードナーチャリングの成功事例をご紹介します。BtoBの製造業やIT企業の成功事例として、主に下記表の内容をご紹介します。これから過去の**見込み客の名刺データに対してメルマガを始めたい方**、**メルマガがマンネリ化して内容を見直したい方**のヒントにご活用ください。この資料がきっかけで、御社のメルマガが大きく改善され、商談や案件作りに貢献できるかもしれません。

[この資料を申し込みする>>](#)

●ご紹介する3つのメルマガ事例

ご紹介する3つの事例	主な事例の概要
BtoB製造業 「パッケージ用紙の製造・販売」	パッケージデザインのアイデアや事例をテーマにしたメルマガを配信。休眠リード（過去に名刺交換した見込み客の中で、放置状態になっている見込み客）からの案件再創出に成功した事例
IT企業 「グループウェアの開発・販売」	アンケートメールを配信し課題を把握後、その課題解決の方法をメルマガで配信。無料ユーザーへの有料製品提案と休眠リードからの案件再創出に成功した事例。
製造業 「工事・建設資材の製造・販売」	リードに刺さるオンラインセミナーをメルマガで配信。継続的に実施し、商談創出だけでなく、 ホワイトスペース（未開拓部門や未開拓拠点）開拓 にも成功

●各事例でご紹介する内容

会社概要と課題	事例としてご紹介するお客様の概要。機密保持の関係で匿名でご紹介
メルマガ実施の目的	お客様のメルマガ配信の目的やその背景にある課題
誰に送ったか？	誰にメルマガを配信したのかの概要
どのように準備したか？	メルマガの配信準備をどのように進めたか？
どんなメールを送付したか？	メルマガの内容をどのように企画設計したのか？
なぜその内容にしたのか？	なぜその内容にしたかの理由や成果が出るエビデンス

どんなタイミングで送付したか？	いつ、どういうタイミングで配信したのか？
原稿作成はどうしたか？	原稿作成の流れや担当者について
メルマガ運用は？	メルマガの運用方法の概要
得られた成果	メルマガで得られた成果の概要

このような内容をご紹介します。御社のメルマガ配信の企画立案のヒントやメルマガの見直しにご活用ください。さらに、メルマガ企画設計するためのエクセルフォーマットもありますので、ご活用ください。

[この資料を資料請求する >>](#)