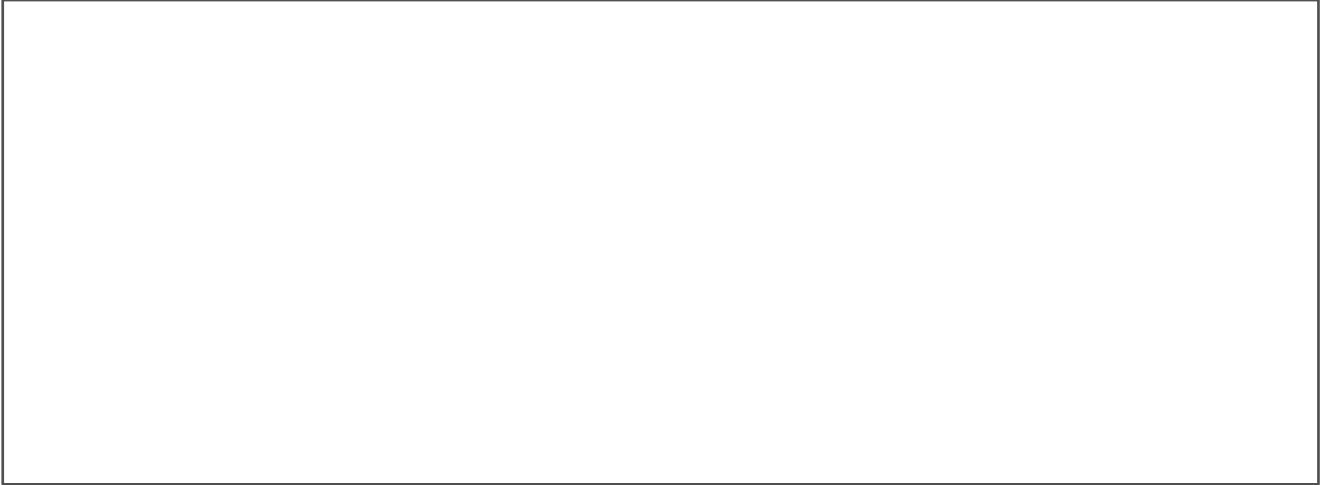


ステップメールの書き方

1. ステップメールの目的



2. ステップメールの種類

- ①ブランディング用シナリオ（コミュニティ化のため）
- ②セールス用シナリオ（ミニ講座）

3. ステップメールでストーリーを作る

お客さんはなぜ買うか？→スペックより感情で買う
（機能的価値より情緒的価値）

■ストーリーの構造

- フェイズ1：初期認知（半信半疑状態）
- フェイズ2：強化認知（真実だと証明される）
- フェイズ3：条件認知（強化が繰り返されることで買う条件となる）

ステップメールの書き方

4. ステップメールは何通が良いのか

・ステップメールは何通が良いの？

→決まったルールはありませんが、一般的に8通が良いとされています。

なぜ8通かと言うと、メルマガに登録してくれた曜日と同じ曜日で完結するので、成約率が高くなる傾向にあるからです。

たとえば火曜日にメルマガに登録してくれた人は、メルマガに登録するというアクションをしてくれたので、アクションしやすい曜日という可能性が高い。

5. 8通のステップメールの中身

STEP1：つかみと共感

STEP2：共通の敵の設定

STEP3：ヒーローストーリー

STEP4：プレゼントの提供

STEP5：デメリットの告白

STEP6：ターゲットの絞込み

STEP7：予告とオファー

STEP8：セールスとフォロー