

効果的な「日経IDターゲティングメール」 配信のポイント

「日経IDターゲティングメール」の過去配信実績からの考察

2021年5月

1-1.過去配信実績からみる「日経IDターゲティングメール」において広告効果（CTR）に影響を与える要素

- ①「**配信属性**」…広告効果に最も影響を及ぼす要素と考えられます。配信内容と一致しているか？
X
 - ②「**配信内容**」…配信属性、配信時期と一致しているか？
X
 - ③「**配信時期**」…配信内容に関して適切な時期か？
X
 - ④「**メール原稿体裁**」…読みやすいか？
リンク先へ適切に誘導する工夫がなされているか？
- 上記の①~④の4つの要素が最適化された場合に「日経IDターゲティングメール」において、配信効果が最大化されると考えられます。
- 常に4要素の連動を念頭に配信検討をされることが肝要です。

1-2.各要素についての過去配信実績からの考察

☑①「**配信属性**」、②「**配信内容**」、③「**訴求時期**」に関しては、
広告主様のキャンペーン方針に従って適宜決定されています。
なお、「日経IDターゲティングメール」においては、配信「曜日」
とCTRとの間の関連性は見られません。

☑④「**メール原稿体裁**」に関しては、CTRが比較的高い案件に
ついて特徴がいくつか見られていますので、次ページで
紹介します。「日経IDターゲティングメール」原稿作成の
際のご参考にしてください。

3. テキスト版メールのデバイス別の配信体裁実例

<原稿仕様>



<PC (Outlookの場合) での受信>



<スマホ (iPhone/Outlookの場合) での受信>

【38文字ピッチ】

全角38文字
X100文字程度

そして速やかな意思決定が可能となるデータドリブン経営は、企業価値、競争力を著しく高めます。データを資産として蓄積、管理し、価値を創出することが重要ですがデータ量、種類は日々加速度的に増え続けており、どうやってそれらをビジネス価値に結びつけばよいのか？実現までには解決しなければならない課題が多いのも事実です。

そして速やかな意思決定が可能となるデータドリブン経営は、企業価値、競争力を著しく高めます。データを資産として蓄積、管理し、価値を創出することが重要ですがデータ量、種類は日々加速度的に増え続けており、どうやってそれらをビジネス価値に結びつけばよいのか？実現までには解決しなければならない課題が多いのも事実です。

【スマホ対応】

改行なし文面は
全角3,000文字以内
※最大全角200文字/行

日本経済新聞社が創設した「NIKKEI BtoB デジタルマーケティングアワード」の表彰式および審査員トークセッションの様態を配信いたします。
本アワードは【データが映す今、視点がひらく未来】と題しまして、新たな時代のマーケティング活動における創造性や新規性、経営へのインパクトなどを基準に審査を行い、優れた BtoB マーケティングの取り組みを表彰するものです。

日本経済新聞社が創設した「NIKKEI BtoB デジタルマーケティングアワード」の表彰式および審査員トークセッションの様態を配信いたします。
本アワードは【データが映す今、視点がひらく未来】と題しまして、新たな時代のマーケティング活動における創造性や新規性、経営へのインパクトなどを基準に審査を行い、優れた BtoB マーケティングの取り組みを表彰するものです。

- 受信者のデバイスや設定環境によって受信イメージは変わります。訴求想定するデバイスやメールからリンクするページの状況などに応じた、【38文字ピッチ】 or 【スマホ対応】の原稿仕様の検討が肝要です。