

件名のテスト

メールマーケティングは、古くからあるデジタルマーケティングの手法ですが、正しく行えば、最も効果的な手法の1つになります。メッセージを正しく伝え、適切な人に読んでもらうことは、まったく別の仕事です。

優れた件名は、削除ボタンから1回クリックされるか、販売から1回クリックされるかの違いになり得ます。

サブジェクトラインテストとは？

メールリストの人々にとって、送信者名と件名を連続して読む習慣は、あなたのビジネスをどう見るか、すなわちブランドイメージに貢献します。小さなことのように思えるかもしれませんが、件名でさえもブランドイメージの構築と維持に一役買っているのです。

メールの件名をテストすることは、開封率を上げ、コンバージョン数を飛躍的に増加させる方法を見つけるための最良の方法の1つです。メールの件名は、リマーケティングの基本であり、キャンペーンを成功させるための重要な要素です。件名を正しく設定することが重要です。

最適化された件名は、開封数を増やすだけでなく、適切な人に開封してもらうことが重要です。件名の最適化は、クリック率やコンバージョン数など、他の指標にもプラスの影響を与えます。このシンプルなテストは非常に強力で、キャンペーン全体に全体的な影響を及ぼします。

弊社では、件名を最適化した後に何が起るかを調べるスプリットテストを数多く実施しています。さまざまな業種のクライアントで実施したテストの結果は以下のとおりです。

	Retail	Groceries	Fashion
Variant A	Customer name	No personalisation	No offer
Variant B	Item name	Customer name	Exclusive 10% off
	43% click rate uplift	49% click rate uplift	35% click rate uplift
	178% conversion rate uplift	110% conversion rate uplift	70% conversion rate uplift

主なメリット



メールの開封率を上げる



メールのクリック率を最適化する



開封率やクリック率をコンバージョン率につなげる



ブランドとは何かという第一印象を高める

導入事例

4週間の期間、クライアントAのカート放棄メールキャンペーンに件名を設定しました。件名の文言について、スプリットテストを実施しました。



フランソワーズ・サジェ FR (小売)	開封率 / 送信	クリック率 / 送信	コンバージョン率 / open
デフォルトのキャンペーン	41.28%	18.28%	12%
テストキャンペーン	46.52%	21.08%	12.92%

4週間にわたり、クライアントBのカート放棄メールキャンペーンにテストを設定しました。件名テストでは、絵文字を含む件名の文言をスプリットテストしました。

スカーレット (テレコム)	開封率 / 送信	クリック率 / 送信	コンバージョン率 / open
デフォルトのキャンペーン	49.15%	19.54%	5.1%
テストキャンペーン	53.61%	21.2%	6.48%

件名のテストは、開封率を上げ、コンバージョン率を上げる方法を見つけるための最良の方法の1つです。

どのようなソリューションがお客様に適しているかについては、アカウント・マネージャーまでお問い合わせいただくか、'info@cloverttech.jp'にご連絡ください。