

# クリック率の改善

キャンペーンテストは定期的実施するのが常識ですが、しかし多くのMarketing担当者はどのように、どこから手をつければいいのかわからない。

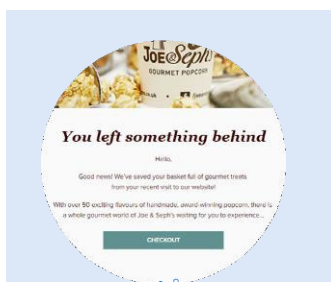
## クリック率の向上が重要な理由

メールキャンペーンを行う場合、通常、アンケートの回答、懸賞への応募、イベントへの登録、あるいは単にサイトにアクセスしてもらうなど、顧客に行動を起こしてもらうことが目的です。

そのためには、お客様にクリックする理由を与える必要があります。クリック率をテストし改善することは、メールの効果を高め、同じ量のメールを送信しても、より多くの反応を得られることを意味します。

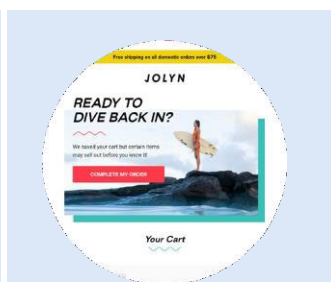
いいことだと思いませんか？さらに良いのは、リピーターが増えることで、コンバージョン率も上がることです。

では、クリック率を向上させるためにはどうしたらよいのでしょうか。弊社では、以下のようなテストにより、キャンペーンの最適化を行うことができます。



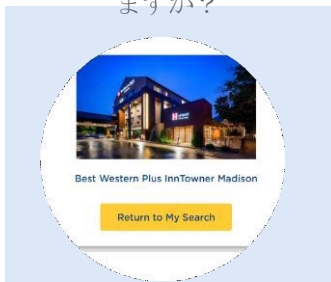
コピー

あなたのコピーには、お客様に取って欲しいアクションが書かれていますか？



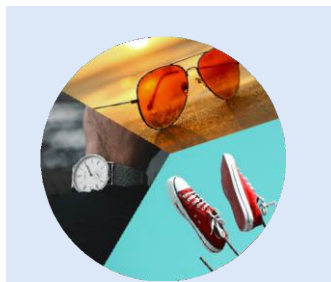
メールデザイン

レイアウトは明確で、ナビゲートしやすいか？メールは流れているか？



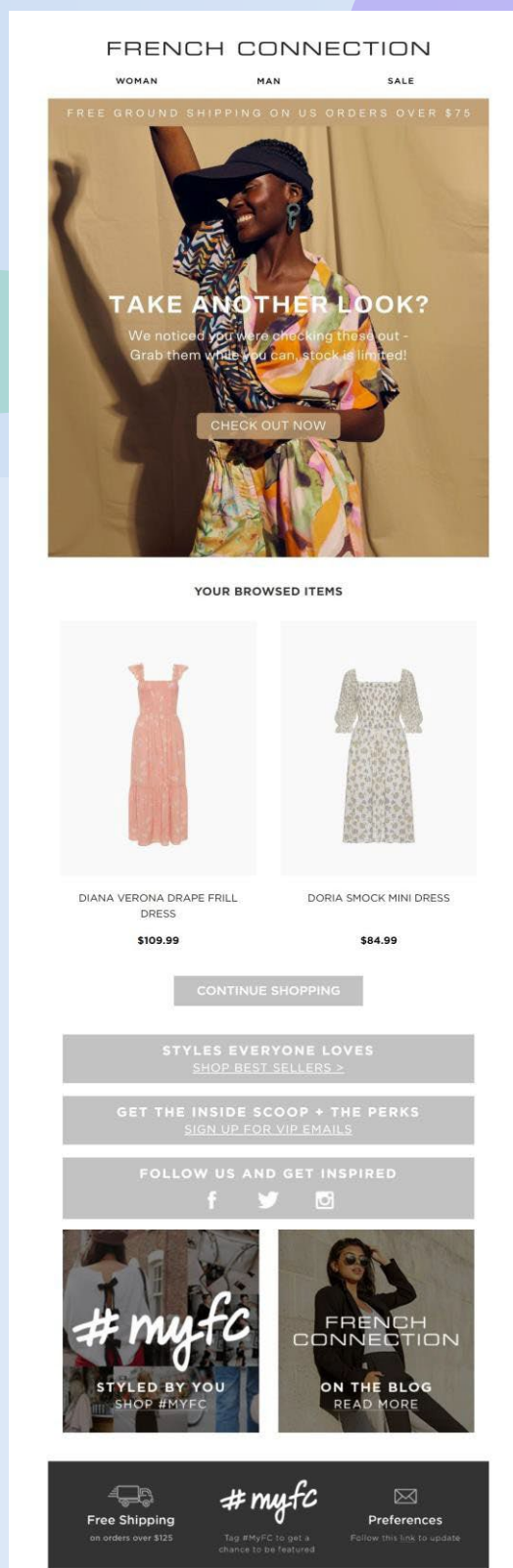
コール・トゥ・アクション

CTAの配置、文言、サイズ、色について検討しましたか？

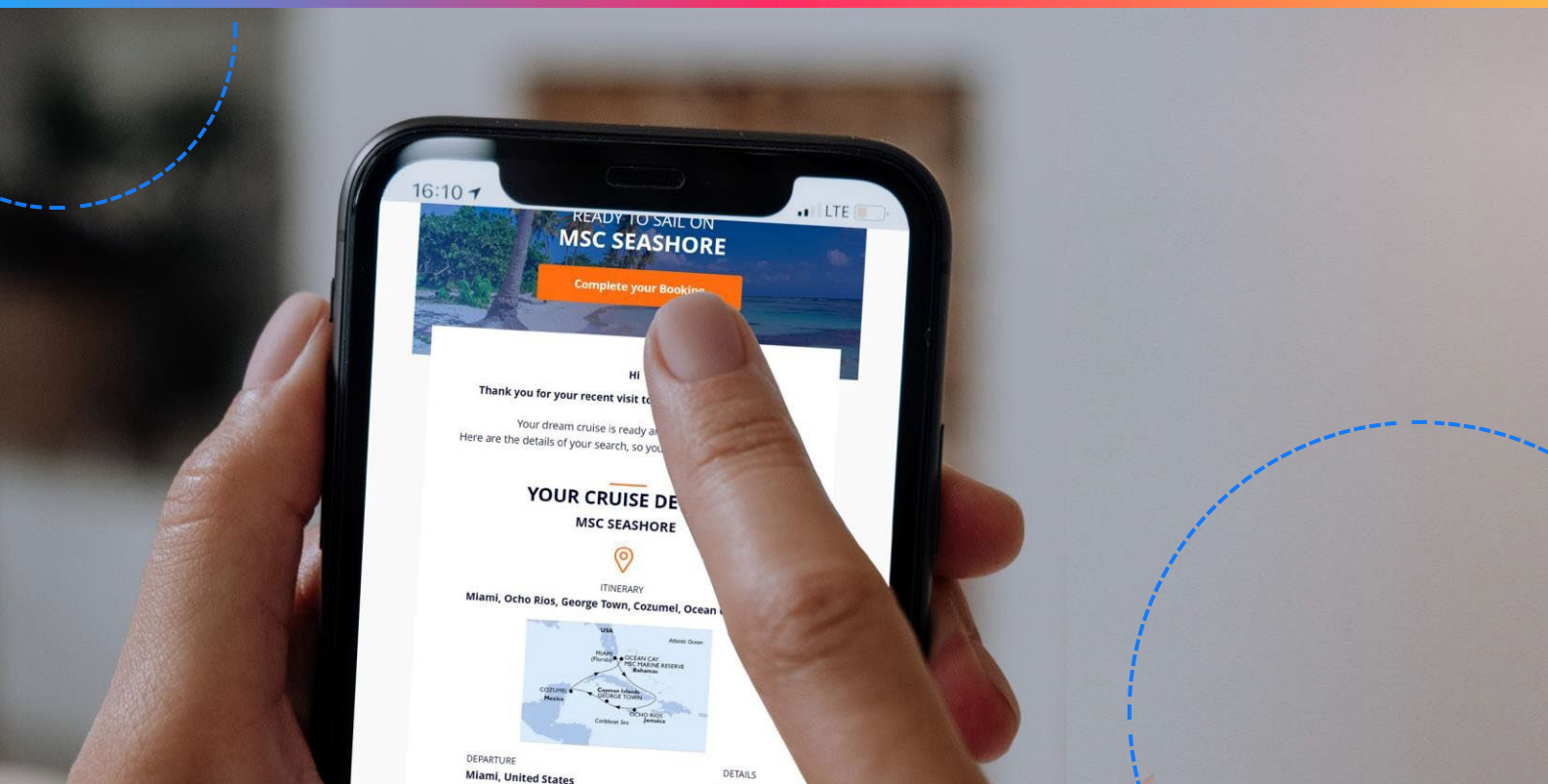


セグメンテーション

特定の市場セグメントをターゲットにしたテンプレートになっているか？



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@clovertch.jp'にご連絡ください。



私たちの言葉を信じるだけでなく、他のクライアントのクリック率を最適化し、成功させた実績があります。

クライアントA	クライアントB	クライアントC
CTAコピーの更新	空白領域の削減	販売用バナー追加
↑ 12% クリック率アップ	↑ 12% クリック率アップ	↑ 42% クリック率アップ
↑ 50% コンバージョン率アップ	↑ 14% コンバージョン率アップ	↑ 2% コンバージョン率アップ

クリック率やコンバージョンを向上させるために、最適な提案をさせていただきます。

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@clovertech.jp'にご連絡ください。

- ### 主なメリット
- メールキャンペーンにおけるクリック率の最適化
  - ターゲットに磨きをかける
  - クリックスルーだけでなく、コンバージョンも促すメールキャンペーンの実施

