

完全ガイド

アポを獲得するための
営業メールの書き方

3つのポイント

問合せフォーム営業ツール



営業メールとは？

営業メールとは、**メールで行う営業活動**のことを指します。

メリット

場所や時間を気にすることなく自分の都合の良いタイミングで、手軽に自社のサービスを宣伝することができる

デメリット

メールを開封されない(読まれない) 場合がある

そんなデメリットを少しでも減らすために、より効果的な営業メールを作成することが大切です。

3つのポイント

01 件名の書き方

02 本文の書き方

03 送るタイミング

01

件名の書き方

メールの件名はひと目でわかるように。

メールを受け取る側は、毎日のように営業メールに対応しています。

メールの確認を必要最低限に抑えるために、件名によって開封するかどうかを決めている人もいますので、ひと目で内容がわかるような件名にすることが重要です。

POINT.01

インパクトのあるフレーズを冒頭に持ってきたり、具体的な数字を入れたりなど、相手が興味を惹かれるような件名（タイトル）にしましょう。

「限定」「今だけ」「無料」「コツ」などのキーワードを入れるのも効果的です。

受信時にどう見えているかを意識しよう！

差出人名と件名が重複

内容がわからない

インパクトに欠ける

- ☆ > エッジテクノロジー株式... 受信トレイ 【エッジテクノロジー/GeAlne 事業部】今だけお得！お問い合わせフォーム営業ツール『GeAlne』 15:47
- ☆ > エッジテクノロジー株式... 受信トレイ 【お打合せのお願い】先着5社限定・20%OFF/BtoB向けお問い合わせフォーム営業ツール『GeAl...』 14:58

目的が一目瞭然

数字を入れてインパクトをつける

人間が一秒で認識できるのはおおよそ13文字程度

ビジネスシーンでもよく使用されているGmailの場合、スマートフォンの画面サイズにもよりますが、件名の表示限界は28文字までとなっています。件名全体として28文字以内を意識しつつ、一瞬で目に入る先頭13文字のなかに、そのメールでフックとなる言葉を入れましょう。

02

本文の書き方

文章はシンプルでわかりやすく。

メール本文に記載する文章は1文1文を短く簡潔に書いていきます。営業を目的としたメールに上手い言い回しなどは必要ありません。顧客が「何のメールなのか」「メリットはどのようなことか」「何をすればいいのか」を一読して理解できる文章が理想的です。

POINT.02

1. メールの趣旨を簡潔に。
2. 顧客にとってのメリットを提示。
3. 日程は明確に。

例文

株式会社●●●
○○様

突然のご連絡を失礼いたします。
エッジテクノロジー株式会社 AIプロダクト事業部の山田です。

今回ご連絡させていただいたのは、単刀直入に【お打合せのお願い】です。

問合せフォーム営業自動化ツール『GeAlne（ジーン）』は、
手間のかかるリスト作成から問合せフォームへの営業文章送信までを自動化します。

今月限定で初期費用無料キャンペーンを行っております。
無料トライアルプランでは営業リストを300件取得でき、自動送信を200件お試
しいただけますので、是非一度ご提案のお時間をいただけないでしょうか？

▼候補日時

12月1日（水） 10:00～17:00
12月2日（木） 12:00～18:00
12月3日（金） 11:00～15:00

ご紹介はオンラインにて1時間程度を考えております。

上記候補日程でご都合のいい日程をお知らせいただけますと幸いです。
ご都合が合わないようでしたら、複数日程をご返信くださいませ。

ご多用のところ恐れ入りますが、ご検討のほど、よろしくお願いたします。

①メールの趣旨

- ・ 誰宛のメールか
(個人名がわからない場合は営業責任者様など)
- ・ 打合せのお願いメールであること
- ・ サービスの概要

②顧客にとってのメリットを提示

- ・ 今月限定の初期費用無料キャンペーン
- ・ 無料トライアル

③日程を明確に。

オンライン打合せが主流になっている業界では、日程調整ツールを使用することも多いです。

営業メール作成・書き方のポイント

特定の個人に向けてメールを書く

営業メールを書くときの考え方として最も重要なのは、「顧客の視点」に立って営業メールを書いていくことです。不特定多数にメールを送ろうとすると多くの人々に届く言葉を盛り込もうとして、散漫な文章になりがちです。しかし、この方法では誰がメールの対象なのかぼやけてしまい効果が上がりません。具体的な個人を想定してその人のニーズに刺さるような文面を書きましょう。

顧客にとってのメリットを提示

商品・サービスがいかに優れていたとしても、顧客にメッセージが届かなければ何の意味もありません。

顧客の悩み（ニーズ）を解決する情報を提供したり、顧客がアクションを起こすことでどのような利益があるのかを書くことが重要です。例えば、「期間限定で利用料が割引に」「先着10社限定」といった文面を盛り込み、「今、アクションする理由」を作り出していきます。

文章は適度な長さにする

一般的には本文中で2,500文字以上使用されていると、返信率が1/3まで低下すると言われています。伝えるべき要点をわかりやすくシンプルに記載し、負荷なくスラスラと読み進められる文章を作りましょう。

03

送るタイミング

「曜日」「時間」を気にしよう！

メールを送るタイミングによってメールの開封率・返信率が異なるため、最も効率が良いタイミングを狙いましょう。

POINT.03

1. 月曜日の朝の時間帯は避けよう
2. 土日・祝日の配信は避けよう
3. 出社・リモートワークで配信時間を変えよう

営業メールを送る曜日・時間帯を気にしよう！

月曜日の朝の時間帯は避ける

月曜日は朝は休日にたまったメールを捌いたり、週初めの社内会議が入っている企業が多く、メールの開封率は高くとも返信率が低い傾向にあります。月曜日に送る場合はお昼以降の時間帯に送りましょう。

土日・祝日のの配信は避ける

多くの企業は土日休みです。メールを送っても確認するのは月曜日になってしまい、かつ他のメールに埋もれる可能性も高いため、基本的には休日のメール配信は避けましょう。

出社orリモートワークで配信時間を変える

業界によって、出社を基本としている企業もあれば、完全リモートの業界もあります。出社を基本としている以前であれば、通勤時間にスマホでメールを確認している場合も多かったため、朝の8時~9時の間に営業メールを送るのが効果的でした。しかしながら、昨今リモートワークを基本としている業界では、朝の時間帯よりもお昼の11時または13時ごろが効果的と言われております。また、平日の中でも、火曜日と木曜日は最も読まれやすい曜日とされています。一方、月曜日と金曜日は他の曜日に比べ、やや低い傾向にあります。

さいごに 営業手法

様々な営業手法を活用しよう！

メール営業

配信先の「メールアドレス」がわかる場合は、メール配信ツールを使いましょう。個人名などがわかる既存リードに対して送る場合は、MAツールを活用するのもいいでしょう。

フォーム営業

配信先の「メールアドレス」がわからない場合、ターゲット企業のホームページに設置してある問合せフォームに営業文章を送る[フォーム営業](#)という営業手法があります。フォーム営業では「件名」という概念がないので「送る文章」と「送るタイミング」が重要になってきます。ターゲットとなる企業名だけわかっているという場合にはフォーム営業がおすすめです。

問い合わせフォーム営業ツール



問合せフォーム営業ツール『GeAIne(ジーン)』

新規開拓営業におけるお問い合わせフォーム営業を自動化します。
営業リストの作成から、お問合せフォームへの営業文章入力～送信
を自動化出来るクラウドサービスです。

■主な機能

- 問い合わせフォーム営業の自動化
- 約53万社の企業情報からターゲットを絞って営業リストを取得可能
- ABテスト機能、クリック通知
- AIを活用したオススメ企業リストのグルーピング

このような課題をサポート

- 新しいアポ獲得施策を探している
- アポ獲得の人的リソースを削減したい
- 自社保有の営業リスト以外にアプローチ先を増やしたい

導入実績（一部）

お問い合わせ



<https://the.geaine2.jp/>



03-6435-8563



geaine-sales@edge-tech.co.jp

[商談予約はこちらをクリック](#)