



SMSマーケティングを 成功させる方法

SMS(ショートメッセージサービス)とは?

SMSとは、携帯電話番号宛に送る、原則全角70文字の短いメッセージのサービスです。
ほぼすべてのスマートフォン・携帯電話に標準搭載されており、企業から個人へ送ることも可能です。



高

到達率

SMSの到達率は**90%以上**

高

開封率

SMSの開封率は**80%以上**

高

クリック率

SMSのクリック率は**平均15~20%以上**

※当社パイロットユーザー数値

SMSとその他メッセージの比較

SMSは、1通あたりの単価はメールと比較すると高価ですが、開封率やクリック率における費用対効果は高いと言えます。弊社パイロットユーザーは、SMSの督促利用で**クリック率40%**を実現しました。

	SMS	メール	DM	電話
費用	8.19円/通 ※弊社提供価格	メール配信ツールによるが 比較的安価	制作費、郵送費などで 1通180円程度	通話料
開封率	80%以上	10~20%	79%	33.3%
クリック率 (クリック数/開封数)	20%	2%	30%	—
メリット	高开封率 高クリック率	低コスト リッチコンテンツ	サンプル等を 同封できる	直接話してニーズに 合った提案が可能
デメリット	文字制限	メアド変更の 可能性あり	引っ越している 可能性あり	警戒される、 人件費がかかる

SMSマーケティングを成功させるためには

まず、SMS配信のゴールと導線を確認します。

これらを決めずになんとかで配信してしまうとメッセージの無駄打ちになってしまいます。

1 SMS配信での**ゴール(コンバージョン)**を決める

ゴールの例: 申し込み | 問い合わせ | 特定URLへのクリック etc...

2 ゴールのために**最適な導線**を作る

コンバージョンを上げるためには、SMSのURLが確実に読まれ、受信者が迷わずゴールにたどり着くよう、導線を確認する必要があります。

<コツ1> SMS本文に記載されたURLのクリック率を上げる

<コツ2> 遷移先LPページのコンバージョンへの誘導

コツ1 SMS本文のクリック率を上げるためには

SMSの本文を読んでもらうためには、相手に警戒されないこと、信頼感を感じてもらうことが大切です。そのために、以下の3つのポイントに留意しましょう。

- ① 送信者名をわかりやすいものにする 目的 誰から来たのか受信者に伝えるため
- ② SMS本文内にサービス名を記載する 目的 迷惑メールではないと伝えるため
- ③ SMS本文内に名前を差し込む 目的 信頼性を高めるため



コツ2 遷移先のLPページのコンバージョンへの誘導

SMSのURLのリンク先は、コンバージョン率を決める重要なものです。

一般的に自社サイト、LP広告を挿入しがちですが、コンバージョン(ゴール)するまでに何度もクリックしなければならなかったり、情報を探すのに時間がかかったりすると、閲覧者は離脱してしまいます。

コンバージョンに最適なサイトを利用することで、閲覧者をスムーズにゴールに導くことができます。

コンバージョンに最適なサイトとは？

伝えたいことが
一瞬で分かる

ゴールまで
最小アクションで
辿り着ける

閲覧者が知りたい
情報が記載
されている

このように、コンバージョンに最適なサイトとは、分かりやすく、手間がかからないことが重要です。LP広告を作成する際は、これらのポイントを押さえているかチェックしましょう。

コツ2 遷移先のLPページのコンバージョンへの誘導(実践編)

例)

—会員様限定公開—
柏木駅から**徒歩2分**の好立地物件



【物件概要】
所在地 : 千葉県千葉市中区中町
交通 : 常磐線柏木駅 徒歩2分
価格 : 1億5,680万円
想定利回り : 3.2%
築年月 : 1986年2月築
構造 : 鉄骨造 地上3階建
延床面積 : 594.34m² (約179.78坪)
建物種別 : 一棟ビル

この物件について問い合わせる



伝えたいことが一瞬で分かる

閲覧者が知りたい情報が記載されている

22:16 4G

お問い合わせありがとうございます。

下記に、お客様の詳細情報をご記入ください。
後ほど、担当者よりお電話にてご連絡させていただきます。

姓
鈴木

名
美希子

携帯電話番号
+81 90 6764 4245

プライバシーポリシーに同意します。

個別相談を申し込む

顧客の情報が自動で
入力されたフォームへ
遷移させることで、
ゴールまで
最短アクションで
辿り着ける

弊社のMobile Marketing Cloud(MMC)のサービスを使えば、3つのポイントを抑えた、コンバージョンに最適なLP広告を簡単に作成できます。

LP広告作成ツールを使ってできること

ターゲットに合った 広告を作成



自社で細かく広告配信ターゲットとなる顧客をセグメントし、セグメント先に最適なコンテンツを配信することで、高いクリック数とコンバージョンの獲得が可能になります。

フォームを使って ゴール

入力フォームを作成することで、獲得したい顧客情報をスムーズに取得できます。チェックBOXや文字入力フォームなど、取得したい項目に合わせて自由にカスタマイズ。

受信者を セグメンテーション



誰がいつLP広告をクリックし、フォーム入力を完了させたかななどのデータを取得し、次の施策に繋がられます。また、顧客ごとにデータを管理・蓄積し、フォームに自動反映も可能。

CM.comのMMCがSMSマーケティングをサポートします

- プロ顔負けのSMS配信に特化したLP広告が**簡単に・わずか5分**で作成できる。
- 顧客の購入履歴を元にした多様なLP広告で**SMSマーケティングの効果UP**が狙える。
- **名前や情報の差し込みも楽々実装。**
顧客情報入りLP広告で興味を惹く広告配信が可能に。
- お申し込みやお問い合わせなど、
顧客の行動を最小限に抑えたフォームが作れる。
- **SNSへのリンク挿入、アイコン利用**もワンクリックで実装。

そのほかにも

- Email配信
 - ステップメール
 - セグメンテーションマーケティング
 - Email, SMSなどの自動配信設定
- など様々な機能が利用可能です。

MMCサービスサイト: <https://www.cm.com/ja-jp/mobile-marketing-cloud/>



お問い合わせ

不明点、ご質問などがございましたらお問い合わせフォームからご連絡ください。



CM.com Japan株式会社

担 当 : 橋本

所 在 地 : 渋谷区神宮前6-28-9 東武ビル6F

代 表 電 話 : 03-6892-4177

ウェブサイト : <https://www.cm.com/ja-jp/>

問 い 合 わ せ : <https://www.cm.com/ja-jp/contact/sales/>