

データベース
から
メール配信まで
の基礎

データベース設計からメール配信まで
Synergy! の基本が習得できる

Synergy! 操作セミナー



【内容】 データベース設計からメール配信までSynergy!の基本を習得します。

1. Synergy!を利用する際の注意点

1. 推奨環境
2. クライアント証明書と更新
3. 複数タブと戻るボタンの利用禁止
4. 操作ユーザ追加のメリット

2.メルマガ企画から配信結果確認までの7ステップ

1. メール配信の企画を立てる
2. 取得したい情報を決定する
3. データベースを設計する
4. メルマガ登録・退会フォームを作成する
5. メルマガ登録データを検索する
6. 登録者にメール配信を行う
7. 配信結果を確認する

3. まとめ

第1章

Synergy!を利用する際の注意点

1. 推奨環境
2. クライアント証明書と更新
3. 複数タブと戻るボタンの利用禁止
4. 操作ユーザ追加のメリット

1.推奨環境

・推奨環境

OS	ブラウザ
Windows 10 Windows 11	Google Chrome (最新版) Microsoft Edge (最新版)
macOS12以上	Google Chrome (最新版)

・セキュリティレベルの設定

JavaScript、Cookie、TLS 1.2以上 を有効にする必要があります。

2.クライアント証明書と更新

・削除せずに保存

紛失などによる再発行は、再発行手数料が発生します。



【クライアント証明書のアイコン】

・セキュリティレベル担保のため、 毎年3月に更新作業が必要

更新の時期には、管理者メールアドレス宛にご連絡します。

新しいクライアント証明書のダウンロード作業は、
Synergy!へログインをして行います。



Synergy!では、セキュリティの保全のため「クライアント証明書」をインストールしたブラウザからのログインに限定しています。

そのため、Synergy!を使用する全てのパソコンのブラウザごとに「クライアント証明書」をインストールする必要があります。

3.複数タブと戻るボタンの利用禁止

Synergy!は、インターネット上で動く（クラウド）システムです。
画面ごとに設定内容をインターネット通信する必要があるため、

「複数タブ」での操作と「戻る」ボタンの利用は禁止です



4.操作ユーザ追加のメリット

- Synergy!のユーザIDは、**一人につき1ユーザIDを作成**できる
同一ユーザIDを複数人で同時ログインをした場合、最初にログインしたユーザが強制的にログアウトさせられます。
- 誰がいつどんな操作をしたかが確認できる
すべての操作ログ（ユーザ名も）がSynergy!内に残るため、有事の際に原因を特定しやすくなります。
- ユーザごとに **操作範囲を制限** できる
ユーザごとに操作できる機能とできない機能を切り分けることで、操作ミスリスクを軽減できます。

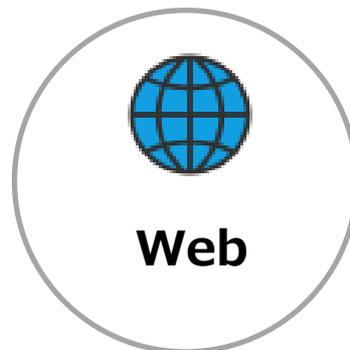
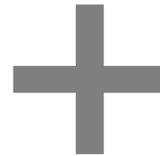
第2章

メルマガ企画から 配信結果確認までの7ステップ

1. メール配信の企画を立てる
2. 取得したい情報を決定する
3. データベースを設計する
4. メルマガ登録・退会フォームを作成する
5. メルマガ登録データを検索する
6. 登録者にメール配信を行う
7. 配信結果を確認する

Synergy! とは

Synergy!は、お客様とのさまざまなコミュニケーションを集約し、CRM（顧客関係性の管理）を実現するクラウドサービスです。



全体概念図

メルマガ登録 フォーム



顧客情報入力

登録フォーム

以下のフォームに必要な項目を入力の上、送信をクリックしてください。

お名前

PCメールアドレス

生年月日
年 月 日

性別
 男性 女性

Synergy! データベース



顧客情報が データベースに格納される

Synergy!

データベース フォーム メール配信 アンケート 問い合わせ管理 モバイル ファイル管理 その他

データ検索 << 条件 801件 >>

検索条件の設定

保存した検索条件

未選択

検索条件をクリア 検索条件を保存

対象データベース

顧客マスタ
このデータを検索結果に表示する

絞り込み条件

絞り込み条件の設定

表示項目

表示項目の設定

SynergyID	PCメールアドレス
876	syeducation1@gmail.com
810	syopem1@gmail.com
804	symiddleclasslecture@gmail.com
801	yuski_sanma@example.com
800	yoshizawa_suzuka@example.com
799	yanagi_yuki@example.com
798	yahagi_miki@example.com
797	umeda_houshi@example.com
796	uchimura_yuta@example.com

メルマガ登録者 にメール配信



メールが届く

○○さま

こんにちは。

シナジー旅行からおすすめツアーをご紹介します♪

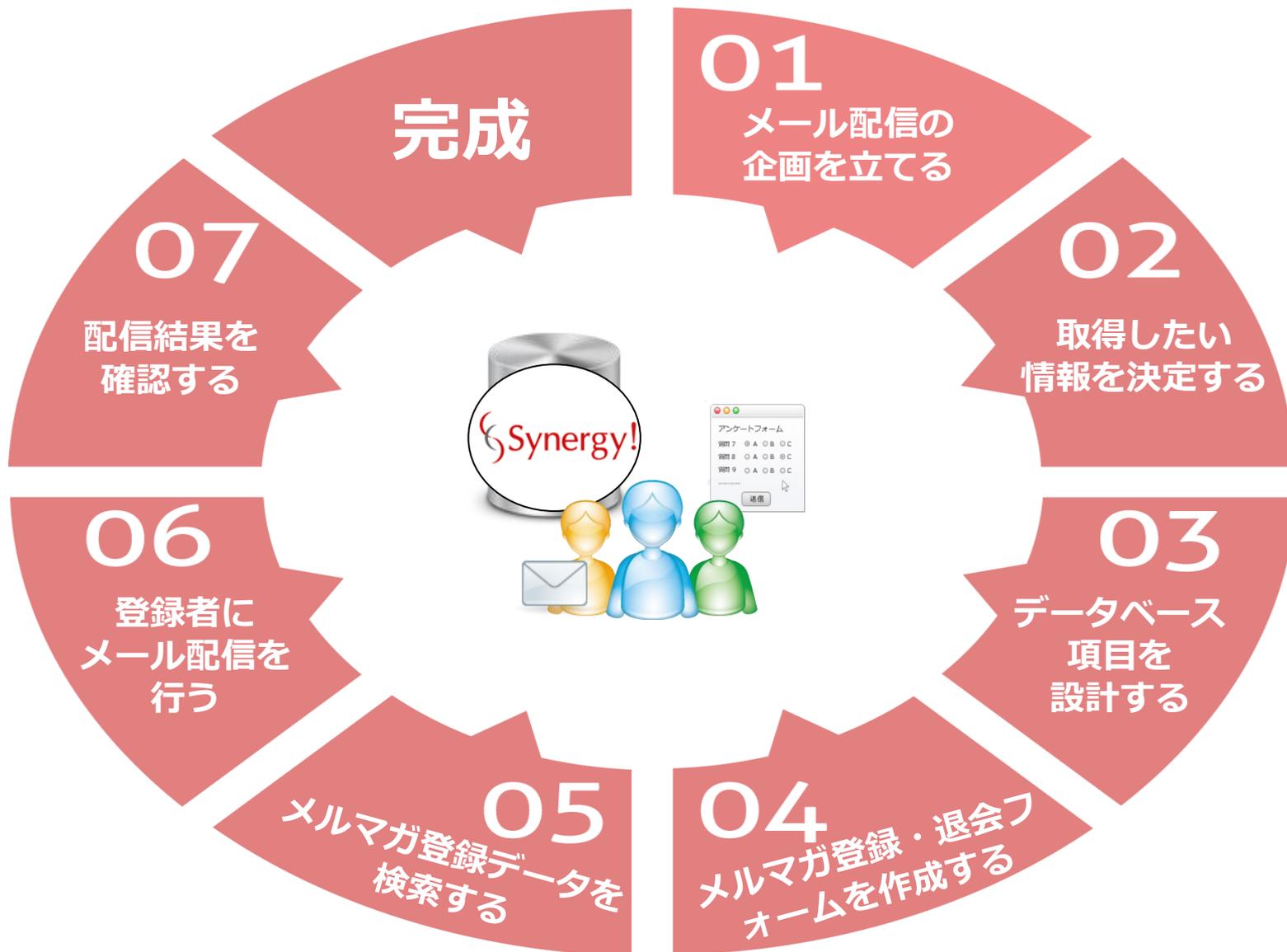
■クリックフィードバックあり
<https://tcu.f.msgs.jp/us/c2/R6ftM?t1=FI3&t2=3kt3CmBLgS1&t3=ddkoW>

■クリックフィードバックなし
<https://tcu.f.msgs.jp/us/c2/R6ftB?t1=FI3&t2=3kt3CmBLgS1&t3=ddkoj>

最大5000円OFF！メルマガ限定クーポンも配布中です。
お申し込み時に専用コード「xx」をご入力ください。

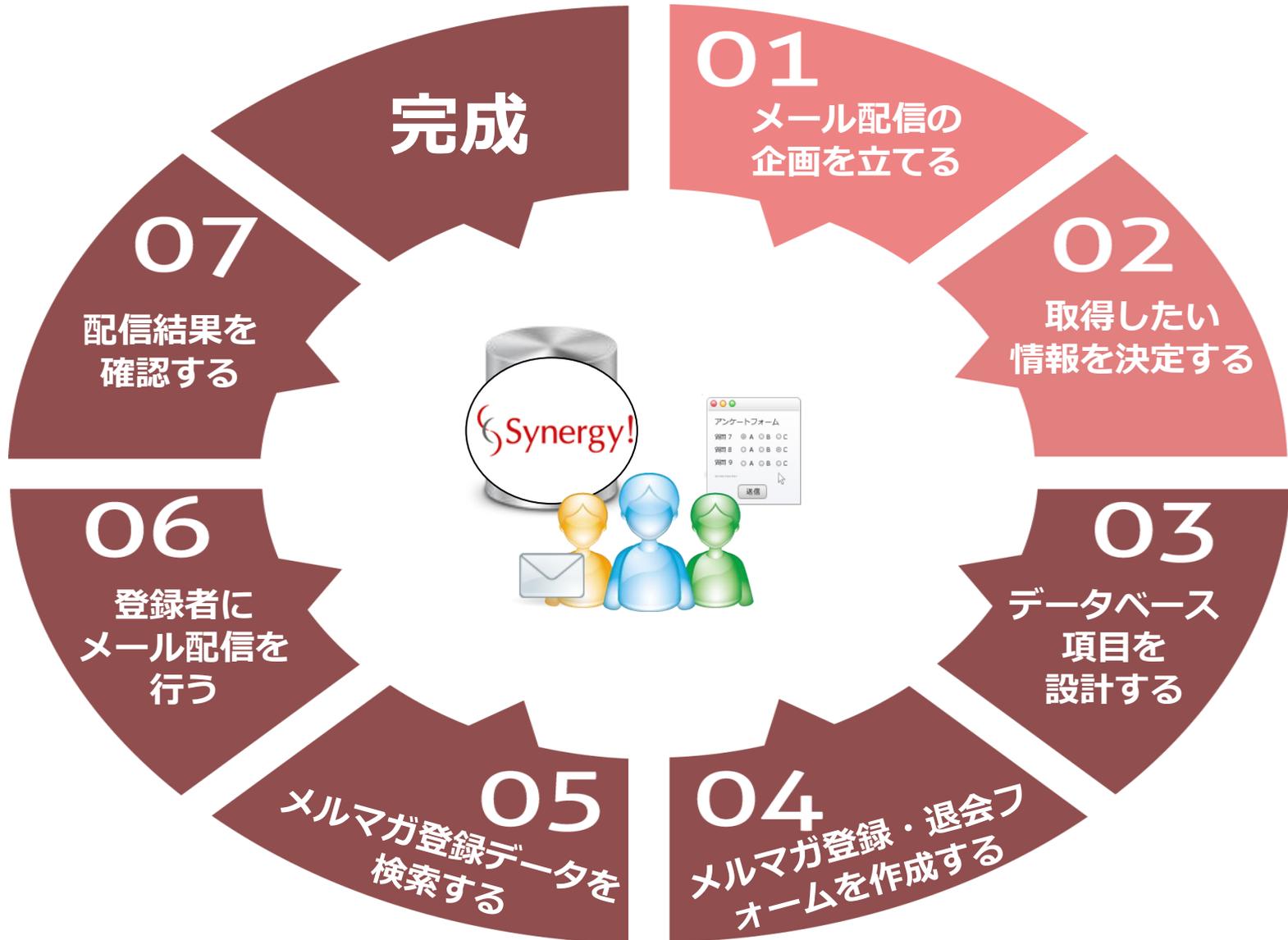
発行元：シナジー旅行メルマガ事務局

メルマガ登録からメール配信までの7つのステップ



STEP1 メール配信の企画を立てる

STEP2 取得したい情報を決定する





企画を立てる際のポイントは3つ

① 取り組みの **目的** を明確にする

何のためにメルマガ配信を行うのかをしっかりと決めておきましょう。

例) 来店促進、クーポン利用率向上、顧客満足度向上 など

② **目標値** を設定する

メルマガ配信後に効果測定の確認をする際、目標が達成できたのかどうかをチェックするため**数値化した目標値**を設定することがポイントです。

例) クーポン利用率●%、メールクリック率●% など

③ **ターゲット** と **タイミング** を決定する

設定した目標を達成するため、誰にどのタイミングでアプローチをすると効果的かを、しっかりと意識することが大切です。



取得したい情報を決めるポイントは3つ

① 誰にどんなメールをどのタイミングで送るかイメージする

上記内容をイメージすれば、それを実現するために取得しなければならない情報が明確になります。

② 取得する情報は **必要最低限** にとどめておく

取得した情報を活用する用途や目的がないのであれば、取得しないようにしましょう。

③ 今後どのように情報を活用するかを考えておく

メルマガ配信の用途のみならず、分析など他の用途で活用が可能であれば取得する情報に加えておきましょう。

全体概念図

②メルマガ登録フォーム



顧客情報入力

登録フォーム

以下のフォームに必要な項目を入力の上、送信をクリックしてください。

お名前

PCメールアドレス

生年月日
年 月 日

性別
 男性 女性

① Synergy! データベース



顧客情報が
データベースに格納される

Synergy!

データベース > フォーム > メール配信 > アンケート > 問い合わせ管理 > モバイル > ファイル管理 > その他

データ検索 << 件数 801

検索条件の設定

保存した検索条件

未選択

検索条件をクリア 検索条件を保存

対象データベース

顧客マスタ

絞り込み条件

表示項目

SynergyID	PCメールアドレス
876	syeducation1@gmail.com
810	syopen1@gmail.com
804	sy_middleclasslecture@gmail.com
801	yuski_sanma@example.com
800	yoshizawa_suzuka@example.com
799	yanagi_yuki@example.com
798	yahagi_miki@example.com
797	umeda_houshi@example.com
796	uchimura_yusuta@example.com

③メルマガ登録者にメール配信



メールが届く

○○さま

こんにちは。

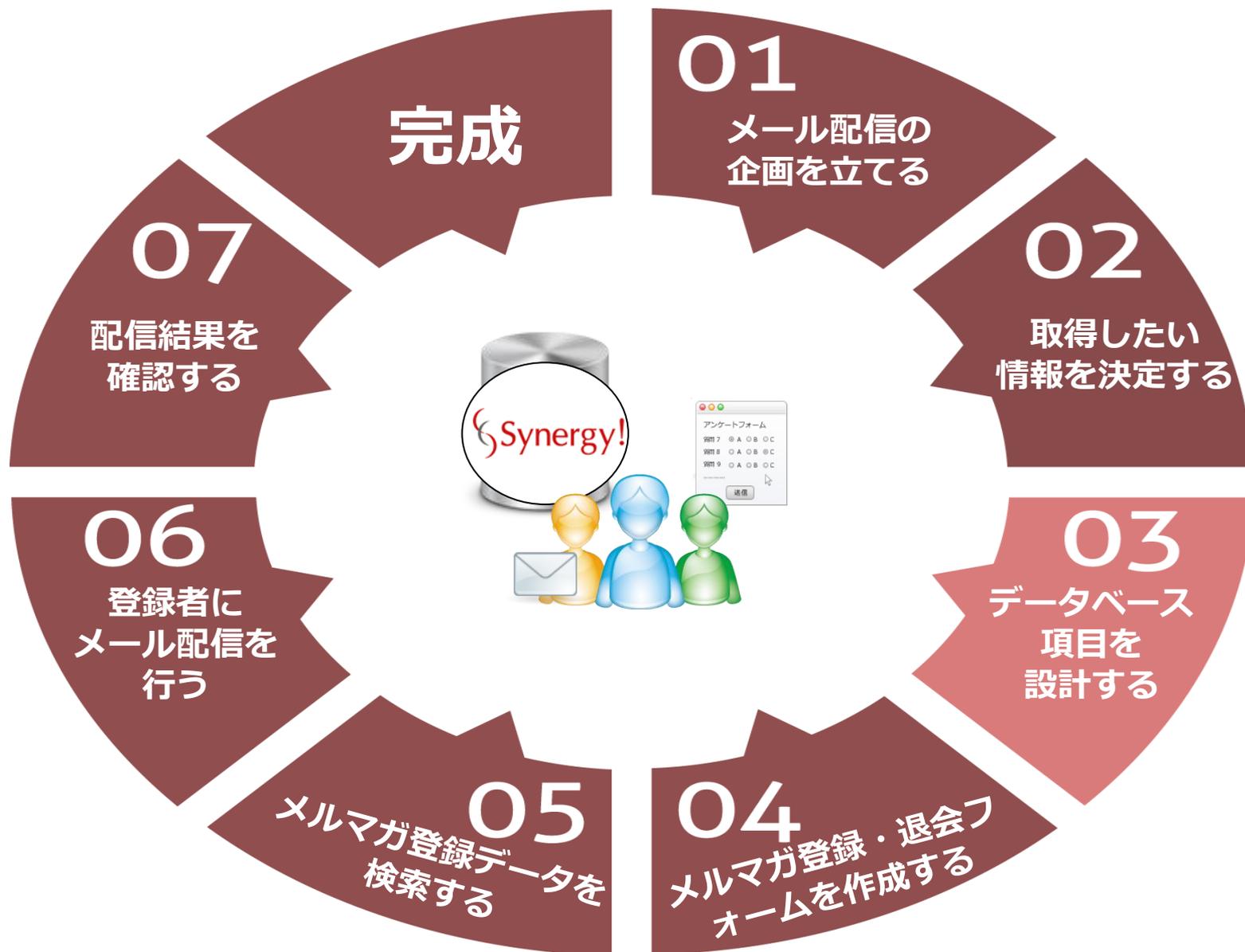
シナジー旅行からおすすめのツアーをご紹介します♪

- クリックフィードバックあり
<https://tcu.f.msgs.jp/us/c2/R6ftM?t1=Fi3&t2=3kt3CmBLgS1&t3=ddkoW>
- クリックフィードバックなし
<https://tcu.f.msgs.jp/us/c2/R6ftB?t1=Fi3&t2=3kt3CmBLgS1&t3=ddkoj>

最大5000円OFF！メルマガ限定クーポンも配布中です。
お申し込み時に専用コード「xx」をご入力ください。

発行元：シナジー旅行メルマガ事務局

STEP3 データベース項目を設計する





設定手順

1

項目の「型」を選択

格納するデータの内容や用途に応じて「型」を選択します。

2

データベースの項目設計

項目名称や選択肢などを設定し、データベース項目を設計します。

データベースを設計するポイントは5つ

① データベースの種類

上書き型 : **マスターデータベース**

蓄積型 : **履歴型データベース**

② 項目の「型」は9種類

③ 「更新キー」で顧客を識別

④ データベースには**2つのメールアドレスが格納** できる

⑤ 「メール受信拒否フラグ」を利用する

STEP3 データベース項目を設計する

① データベースの種類

上書き型 : **マスターデータベース**

蓄積型 : **履歴型データベース**



マスターデータベース（上書き型） : 1個



履歴型データベース（蓄積型） : 複数個

S! ID	PCメールアドレス	お名前	性別	都道府県
16	itagaki@example.com	板垣 憲一	男性	東京都
17	miyata@example.com	宮田 精児	男性	埼玉県
18	yoshinaga@example.com	吉永 寛	男性	滋賀県
19	murase@example.com	村瀬 育子	女性	神奈川県
20	saitou@example.com	斎藤 愛梨	女性	福岡県

S! ID	配信件名	クリックフィードバック名	アクセス時刻
20	寒い日は...	20141201プレゼント応募_グルメ	2014/12/2 15:12
17	抱腹絶倒!笑える...	20150110新着案内_コメディ	2015/1/10 10:01
16	抱腹絶倒!笑える...	20150110おすすめ_アクション1	2015/1/10 15:21
18	抱腹絶倒!笑える...	20150110新着案内_コメディ	2015/1/10 19:45
16	抱腹絶倒!笑える...	20150110おすすめ_アクション2	2015/1/11 1:03
20	抱腹絶倒!笑える...	20150110今月のおまけ_グルメ	2015/1/12 13:14
17	1000名様に...	20150215新着案内_コメディ	2015/2/15 15:59

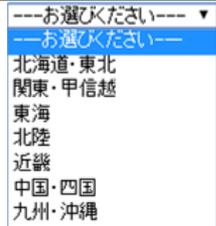
Synergy!IDで誰の履歴データなのかを判断

- **誰**にあたる情報を管理
例) 名前、メールアドレスなど
- 一人の情報を1レコード (1行) で管理

- **いつ/何をした**にあたる情報を管理
例) 購入履歴、アンケート回答履歴など
- 1回の行動情報を1レコード (1行) で管理
⇒ 一人の行動が複数回のときは複数レコードとなる

STEP3 データベース項目を設計する

② 項目の「型」は 9種類

項目の型	内容	使用例	フォームでの表示形式
文字型	数値として扱わない数字 や文字列を管理  0（ゼロ）から始まる情報は「文字型」で設定してください。 「数値型」で設定すると0（ゼロ）がない状態で、データベースに情報が格納されます。	電話番号 郵便番号 住所、氏名、備考欄	テキストボックス、テキストエリア 姓: <input type="text"/> 名: <input type="text"/> 電話番号 <input type="text"/> - <input type="text"/> - <input type="text"/>
数値型	数値を管理	価格、年齢、回数	テキストボックス <input type="text"/>
年月日型	年月日情報を管理	生年月日、購買日	テキストボックス、プルダウン
月日型	月日情報を管理	誕生日、記念日	<input type="text"/> 月 <input type="text"/> 日 1985(昭和060)▼年1▼月1▼日
タイムスタンプ型	年月日、時分秒情報を管理	フォームの登録日時	表示なし
単一選択型	複数の選択肢から1つを選択する情報を管理	性別 都道府県 職種	ラジオボタン、プルダウン <input checked="" type="radio"/> 男性 <input type="radio"/> 女性 
複数選択型	複数の選択肢から複数を選択する情報を管理	趣味 好きなスポーツ	チェックボックス <input type="checkbox"/> スポーツ <input type="checkbox"/> 料理 <input type="checkbox"/> 読書 <input type="checkbox"/> 旅行 <input type="checkbox"/> 映画鑑賞 <input type="checkbox"/> その他
パスワード型	パスワード情報を管理	パスワード	伏字（…）表示 <input type="password"/>
パスワードハッシュ型	パスワード情報をハッシュ化して管理	パスワード	伏字（…）表示 <input type="password"/>

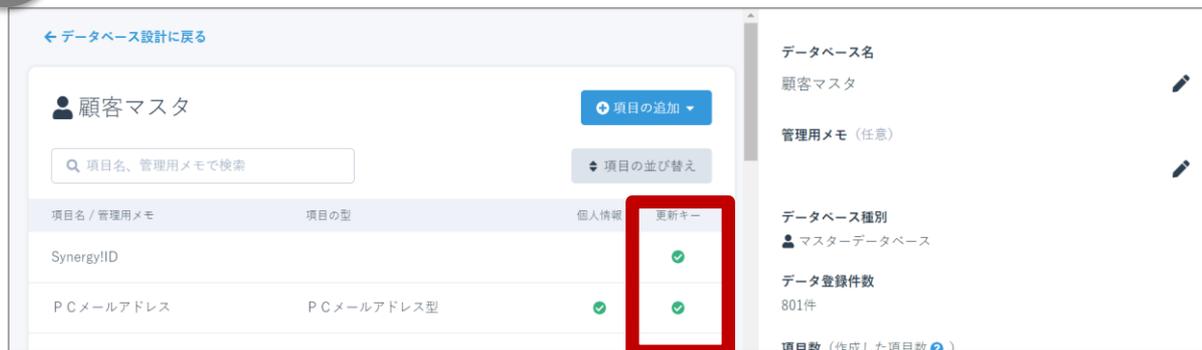
STEP3 データベース項目を設計する

③ 「更新キー」で顧客を識別

「更新キー」とは、**顧客を識別するキーとなる項目**で、会員番号やメールアドレスのような**同じ値を持つ人が他にいない**ユニークな情報を持つ項目を指定します。

「更新キー」にメールアドレスを設定した場合			「更新キー」にメールアドレスを設定していない場合		
AAA@abc.com	品時	華子	AAA@abc.com	品時	華子
BBB@bcd.com	東京	次郎	BBB@bcd.com	東京	次郎
CCC@efg.co.jp	大阪	太郎	CCC@efg.co.jp	大阪	太郎
AAA@abc.com	山田	華子	AAA@abc.com	山田	華子
重複登録できない			重複登録できる		

➔ **設定方法** 「データベース設計」のメニューから変更ができます。



Synergy!ID項目は、はじめから更新キーとなっています。

Synergy!では、メールアドレスの大文字と小文字を識別します。

STEP3 データベース項目を設計する

④ データベースには **2つのメールアドレスが格納** できる

メールアドレスを管理できる項目は2つあり、初期設定では

- ・ **PCメールアドレス**
- ・ **携帯メールアドレス**

という名称になっています。

どちらの項目も名称に関係なくPCメールアドレス、携帯メールアドレスが格納できます。

⑤ 「**メール受信拒否フラグ**」 を利用する

「**メール受信拒否フラグ**」には

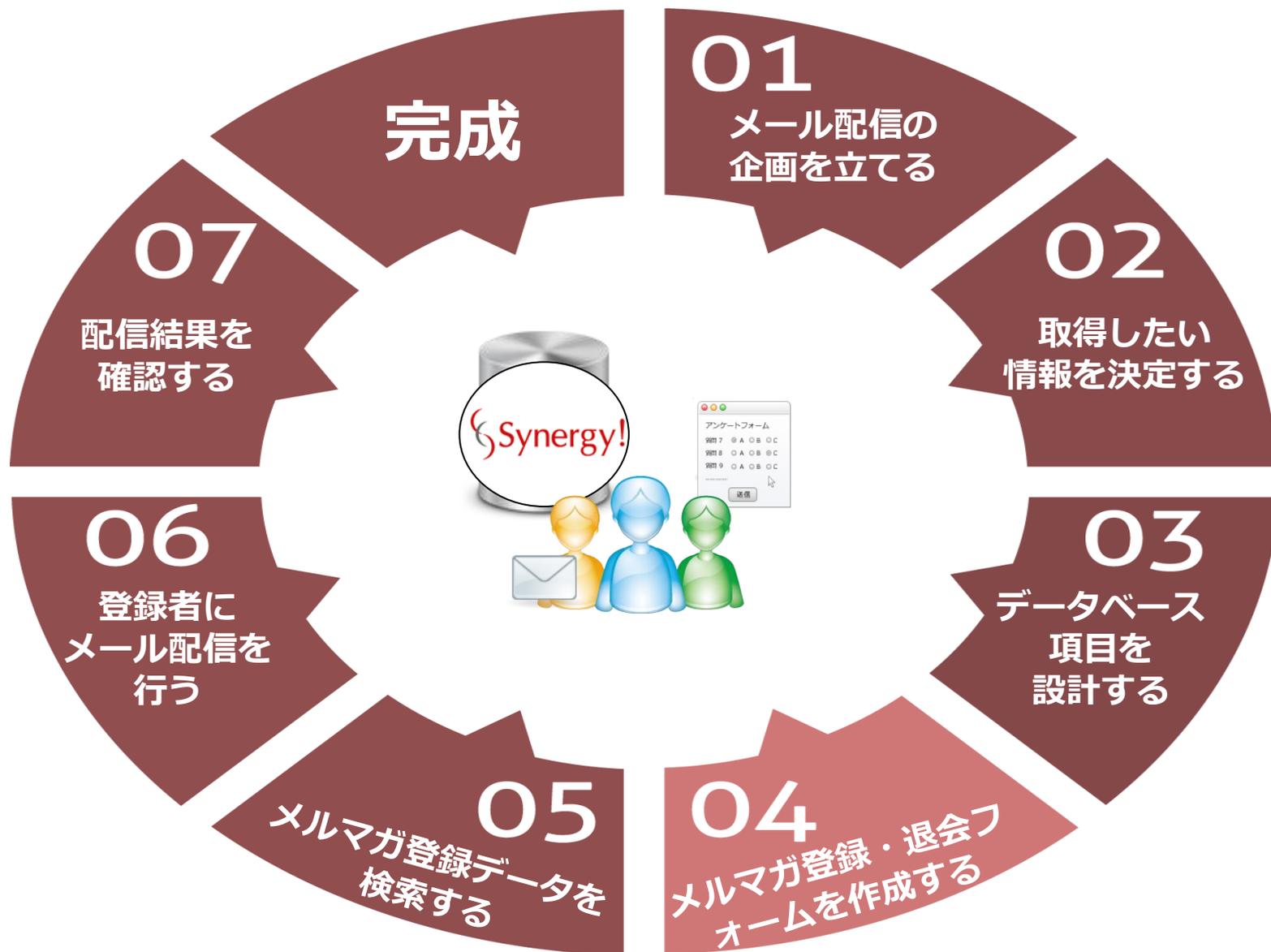
- ・ 拒否する
- ・ 拒否しない

の選択肢があり、

「**拒否する**」が選択されている人は、**自動的にメール配信対象から除外**されます。

項目名 / 管理用メモ	項目の型	個人情報	更新キー
SynergyID			✓
PCメールアドレス	PCメールアドレス型	✓	✓
携帯メールアドレス	携帯メールアドレス型	✓	
更新日時			
システム登録日時			
メール受信拒否フラグ P O E M専用	メール受信拒否フラグ型	✓	✓
PCメールエラーカウント P O E M専用	PCメールエラーカウント型	✓	
携帯メールエラーカウント P O E M専用	携帯メールエラーカウント型	✓	

STEP4 メルマガ登録・退会フォームを作成する





設定手順（メルマガ登録フォーム）

1

「フォームタイプ」を選択して新規作成

フォームの用途に応じたフォームタイプを選択します。

2

フォーム名の設定

フォーム名を設定します。

3

項目設計

フォームに表示させる項目などを設定します。

4

ヘッダ・フッタやスタイルなどデザインを設定

デザインの設定を行います。

5

基本設定

サンキューメール、ジャーナルメールなどの設定を行います。

6

ステータスを変更

ステータスを「公開中」に変更します。

フォームを作成する際のポイントは3つ

- ① 作成するフォームの用途に応じて、**フォームタイプ** を使い分ける
- ② 登録率をあげるため、フォーム作成時の注意事項を意識する
- ③ **「表示項目」** と **「非表示項目」** を活用する

STEP4 メルマガ登録・退会フォームを作成する

① 作成するフォームの用途に応じて、**フォームタイプ**を使い分ける

フォーム種別	概要	利用イメージ
新規登録フォーム	「更新キー」を判定項目として、 マスターデータベースに、データがない場合のみ、データを登録 します。 既にデータベースに情報がある場合は、エラーとなり登録できません。	メルマガやショッピングサイトの会員登録フォーム ※登録が1回限り
新規・更新登録フォーム	「更新キー」を判定項目として、 未登録者は新規に登録を行い、既存登録者は登録データを上書き登録 します。	お問い合わせや資料請求の入力フォーム ※登録が複数回できる
変更フォーム	「更新キー」を認証判定情報として、 認証情報が 一致すれば、データベースの情報を変更（上書き） します。 入力画面に「 メール受信拒否フラグ 」を設定すると メルマガ解除フォーム として利用可能です。	情報変更フォームやメルマガ解除フォーム ※認証画面を通過すると登録されている情報が表示された状態の入力画面が開く ※「メール受信拒否フラグ」が「拒否する」のデータには、メール配信ができません
パスワード再設定フォーム	「更新キー」を認証判定情報として、 認証情報が一致すれば、一致した顧客データのパスワードハッシュ型に格納している情報を新しいものに再設定することができます。	パスワードを忘れたときのパスワード再設定フォーム

STEP4 メルマガ登録・退会フォームを作成する

② 登録率をあげるため、フォーム作成時の注意事項を意識する

【チェック項目】

- ・ 何のためのフォームなのか明示する
- ・ 画面をスクロール（上下左右）させないで入力できるようにする
- ・ パソコン、スマートフォンなど閲覧デバイス（機器）に合わせたフォームを用意する
- ・ 入力項目は、可能な限り少なくする
- ・ 「氏名」や「電話番号」などの入力ボックスは分割させない
- ・ 「郵便番号」には、郵便番号検索機能を付ける
- ・ 入力例や注意事項などを記載し登録エラーを発生させない工夫をする
- ・ 可能な限りフォームの前半に必須項目を集める



登録者にメルマガ配信を行う際は、必ず同意を取得しましょう。

同意を取得する際は、デフォルトオフを推奨します。デフォルトオフとは、チェックボックスなどに元々チェックが入っていない状態になっており、ユーザーがチェックボックスにチェックすることで、はじめて同意がとれる仕組みのことをいいます。

同意する

設定方法はサポートページをご覧ください
<https://support.crmstyle.com/faq/faq-4704>

③ 「表示項目」と「非表示項目」を活用する

- ・ 「表示項目」とは、フォームに表示される項目
 - ・ 「非表示項目」とは、フォームに表示されないが、設定した情報が自動的にデータベースへ格納される項目
- 非表示項目を設定することで、フォームの登録経路やデータ登録日時が取得できます。



設定手順（退会フォーム）

1

「フォームタイプ」を選択して新規作成

フォームの用途に応じたフォームタイプを選択します。

2

フォーム名の設定・認証項目の設定

フォーム名と更新キーから認証に設定する項目を選択します。

3

追加の認証項目設定

照合項目や認証条件の追加設定を行います。

4

メール受信拒否フラグ項目、各種メール設定

フォーム項目の設定とサンキューメールなどの設定を行います。

5

ステータスを変更

ステータスを「公開中」に変更します。



メルマガを配信する際には、顧客がメルマガを解除（配信停止）できる手段を用意しておくことが『特定電子メール法（迷惑メール防止法）』で定められています。

STEP4 メルマガ登録・退会フォームを作成する



変更フォームで作成したメルマガ退会フォームについて

メルマガ解除用に作成されたフォームの「**メール受信拒否フラグ**」項目で「**受け取らない**」を選択・送信すると、「**メール受信拒否フラグ**」項目の値が「**メール受信を拒否する**」へと書き換わります。

「**拒否する**」になると、Synergy!からメール配信を行う際にはすべてのメールにおいて、その顧客は自動的に**配信対象外**となります。

【メールマガジン】

では、次回もお楽しみに！

▼メールマガジンの解除はこちら

https://f.msgs.jp/webapp/form/17376_isz_11/index.do

▼各種お問い合わせはこちら

https://f.msgs.jp/webapp/form/99999_igz_99/index.do

【メルマガ解除フォーム（退会フォーム）】

メルマガ解除フォーム

以下のフォームに必要な項目を入力の上、送信ボタンをクリックしてください。

メール受信拒否フラグ

メール配信を受け取らない

メール配信を受け取る

内容を送信

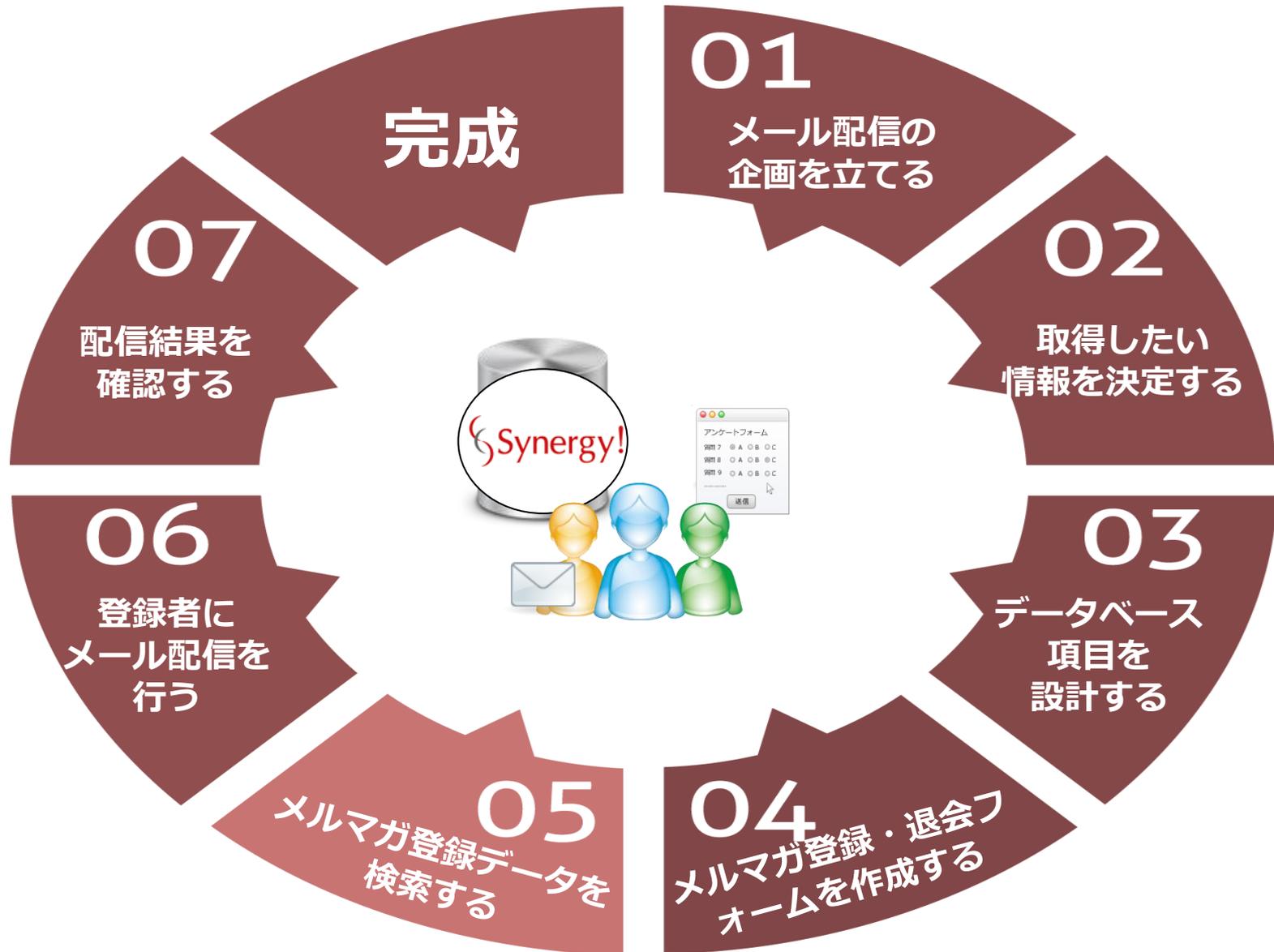


システム登録日時	2022/08/01 17:31
メール受信拒否フラグ	メール受信を拒否する
PCメールエラーカウント	0



設定方法については、下記サポートページをご覧ください。
<https://support.crmstyle.com/faq/faq-15341>

STEP5 登録データを検索する



設定手順

メルマガ登録を行った顧客データは、2種類の方法で確認できます。

1

操作画面から検索

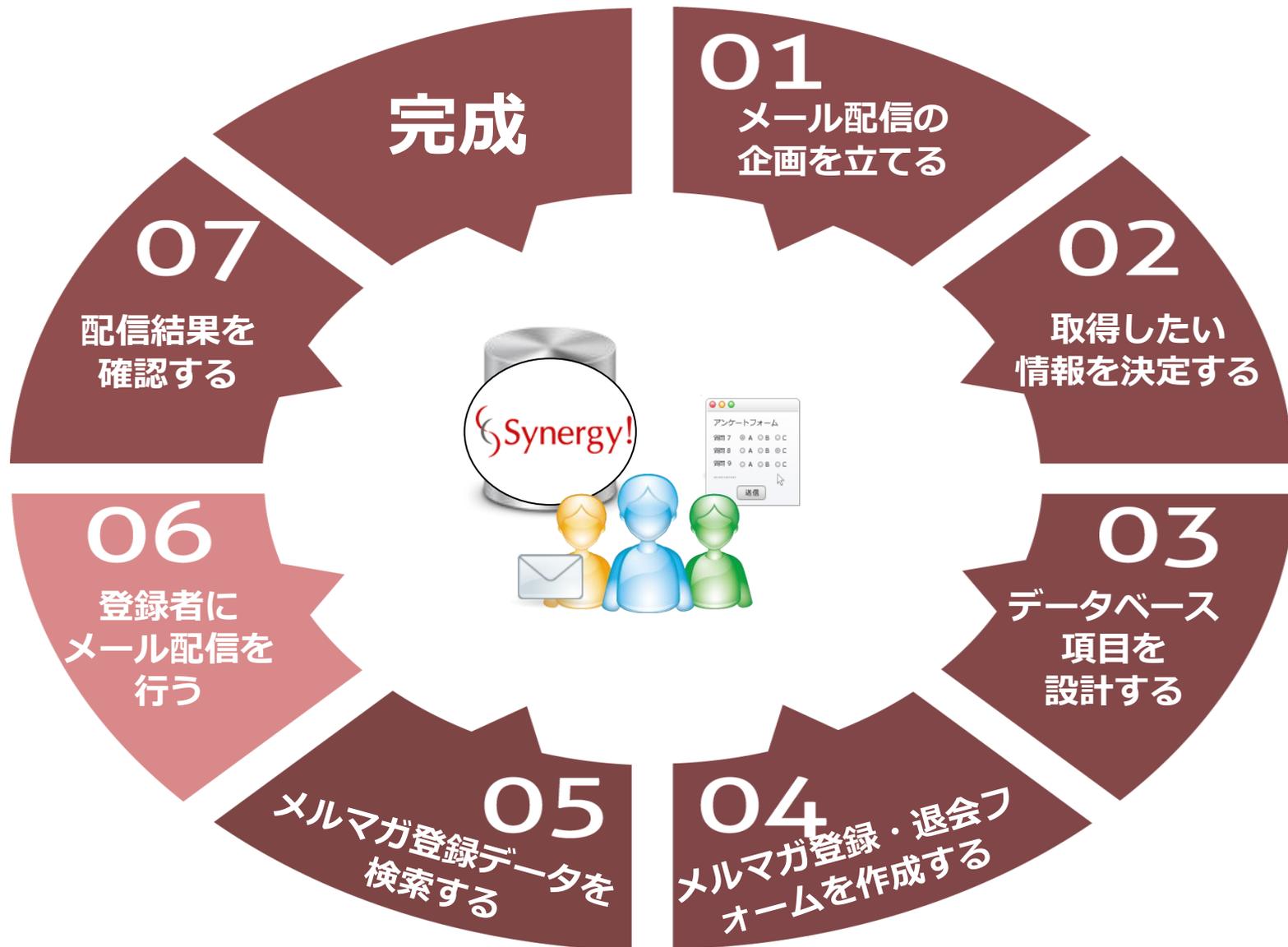
操作画面から登録データを検索して確認します。

2

登録データをダウンロードして確認

登録データをCSVファイルやExcel形式でダウンロードして確認します。

STEP6 登録者にメール配信を行う





設定手順

- 1 配信タイミングを指定する
- 2 配信先を指定する
- 3 件名・差出人名・差出人メールアドレスを設定する
- 4 デザインを選択する
- 5 本文を設定する
- 6 テスト配信を実施する
- 7 本番配信設定完了



メールの反応をあげるコツと注意点は4つ

① **テキストメール** と **HTMLメール** を使い分ける

② **「差出人名」** は **日本語で分かりやすく** 記載する

「差出人名」は、読者が開封するかしないかを判断する重要なポイントです。日本語で分かりやすく記載する方が、より目に留まりやすくなります。

③ **「件名」** は **20～30文字以内** のキャッチコピーを意識する

目に留まりやすい、訴求力のあるキーワード（メリット）を先頭に置き、興味を喚起させましょう。

④ 迷惑メール防止法に定められた内容を遵守する

メール文面のフッターに発行元情報（会社名や連絡先など）とメルマガ退会フォームを必ず掲載しましょう。

STEP6 登録者にメール配信を行う

① テキストメール と HTMLメール を使い分ける

	テキストメール	HTMLメール
概要	文字や記号で構成されたメール。 テキストだが、飾り文字やカッコ、段落分けなどの工夫をすることで、読みやすく見た目のよいメールを作成することができます。	HTMLメールは、文字のフォントや色、大きさを変えられるだけでなく、画像を挿入することもできます。 具体的なイメージを伝えたり、視覚的な訴求が実現します。
メリット	<ul style="list-style-type: none">・ 専門的な知識やツールがなくても作成できる・ 表示状態が受信側環境に影響されにくい	<ul style="list-style-type: none">・ 実際の商品の写真で視覚的な訴求ができる
デメリット	<ul style="list-style-type: none">・ テキストだけなのでビジュアル的な訴求が弱い	<ul style="list-style-type: none">・ 作成時に専門的な知識が必要になる場合がある・ 正しく表示されるかどうか、受信者のメーラーや環境に依存する

【テキストメール】

◆最新トピックス◆

成長を続ける企業の
“営業マネジメント”の秘密とは？

— 成功企業だけが持つ！営業マネジメント7つの力 —

◇詳細はこちら→ <http://h.nikkeibp.co.jp/h.jsp?no=275060>

▼ビジネスが広がれば、営業活動の把握は難しくなる

組織が成長するにつれ、売上が停滞した老舗企業や成長スピードが鈍化した新興企業は少なくない。

ビジネスが広がり事業部や業態が増えれば複雑さはより一層増し、営業活動や戦略の実行状況が正確に把握できなくなるからだ。この複雑化する組織の状況をどうやって把握すればよいのか？

そこで注目したいのが「成功企業のやり方」である。

◇詳細はこちら→ <http://h.nikkeibp.co.jp/h.jsp?no=275060>

【HTMLメール】

最新の表示方法で、ぜひこのメールをご覧ください。

Synergy! Plus

こんにちは、シナジーマーケティングの皆さま。

2019年が過ぎ、お忙しい中、新年の挨拶は、今年での仕事、親近感の両方を実現し、最高の結果を上げるポイントの発見こそが、そのきっかけになるから、お任せ。

1年間のAmazonポイントが当たるお祝いメールが届きました。こちらをぜひ、ご確認ください。

あなたはよく「うちのターゲットは……」「競者は……」などと言っていないですか？
競者を「知る」と対峙するだけで、競品は30%アップ、売上は5%増、反社会的な顧客のエンゲージメントを高める。

メルマガの利用率を上げるポイントが詰まった事例をお見せします。

メル企画～原稿作成 プロに依頼しませんか？
シナジーマーケティング「メールマーケティング支援」サービス

詳しく内容を見る

「マーケティング」に関するお問い合わせ
ブログ更新情報

お問い合わせ
お問い合わせ

発行日 2月4日(水)



マルチパート形式とは、

- ・ HTMLメールをご覧になれる環境の方にはHTMLメール
- ・ ご覧になれない環境の方にはテキストメールが表示されます。

HTMLメールとテキストメールの2通が届くのではなく、1通のメールの表裏でHTMLメールとテキストメールが展開されているメールとなります。

メールの反応をあげるコツと注意点は4つ

① **テキストメール** と **HTMLメール** を使い分ける

② **「差出人名」** は **日本語で分かりやすく** 記載する

「差出人名」は、読者が開封するかしないかを判断する重要なポイントです。日本語で分かりやすく記載する方が、より目に留まりやすくなります。

③ **「件名」** は **20～30文字以内** のキャッチコピーを意識する

目に留まりやすい、訴求力のあるキーワード（メリット）を先頭に置き、興味を喚起させましょう。

④ **迷惑メール防止法に定められた内容を遵守する**

メール文面のフッターに発行元情報（会社名や連絡先など）とメルマガ退会フォームを必ず掲載しましょう。



ABテスト機能のご紹介

課題

改善を繰り返し行い、受信者が開封・クリックしてくれるメールを目指したい。でも、いちいちメールを送り分けて試すのはめんどろ

① **かんたんに複数パターン**のメールを送ることができる

件名・差出人・本文を1パターン作成すると、**他のパターンにワンクリックでコピー**ができ、かんたんにABテスト配信が可能です。

② 効果の高いメールを **自動で配信**

配信対象者の中から任意の割合でABテストのサンプル数を設定し、効果の高いメールを判定するためのサンプル配信ができます。残りの配信対象者には**サンプル配信の結果から効果を最大化するメールを自動で配信**することができます。

③ **わかりやすいレポート** で評価できる

配信したメールのパターンごとに、レポートデータが表示できます。各パターンごとのクリック率や開封率、全体のクリック率や開封率の把握も可能です。



設定方法については、下記サポートページをご覧ください。

ABテスト
活用例

<https://support.crmstyle.com/poem/poem-ab>

<https://support.crmstyle.com/poem/poem-abuse>



リターゲティングメールのご紹介

① メールクリック で購買を促進する

本文へ設置したURLへのアクセスを起点に、自動的にメールを配信します。

例) 商品ページを見た顧客へ商品詳細についてメールを配信する など

② フォーム登録 で顧客を店舗に誘導する

特定のフォームへの登録完了を起点に、自動的にメールを配信します。

例) 会員登録の1時間後に店舗で利用できるクーポンメールを配信する など

③ 記念日 でお祝いメールを配信する

誕生日や会員登録日など【日付型】の項目の日付情報に基づいて、自動的にメールを配信します。

例) 誕生日の当日12時にメールを配信する など



設定方法については、下記サポートページをご覧ください。

リターゲティングメール <https://support.crmstyle.com/poem/poem-ritage>

活用例 <https://support.crmstyle.com/poem/poem-ritageuse>

STEP6 登録者にメール配信を行う

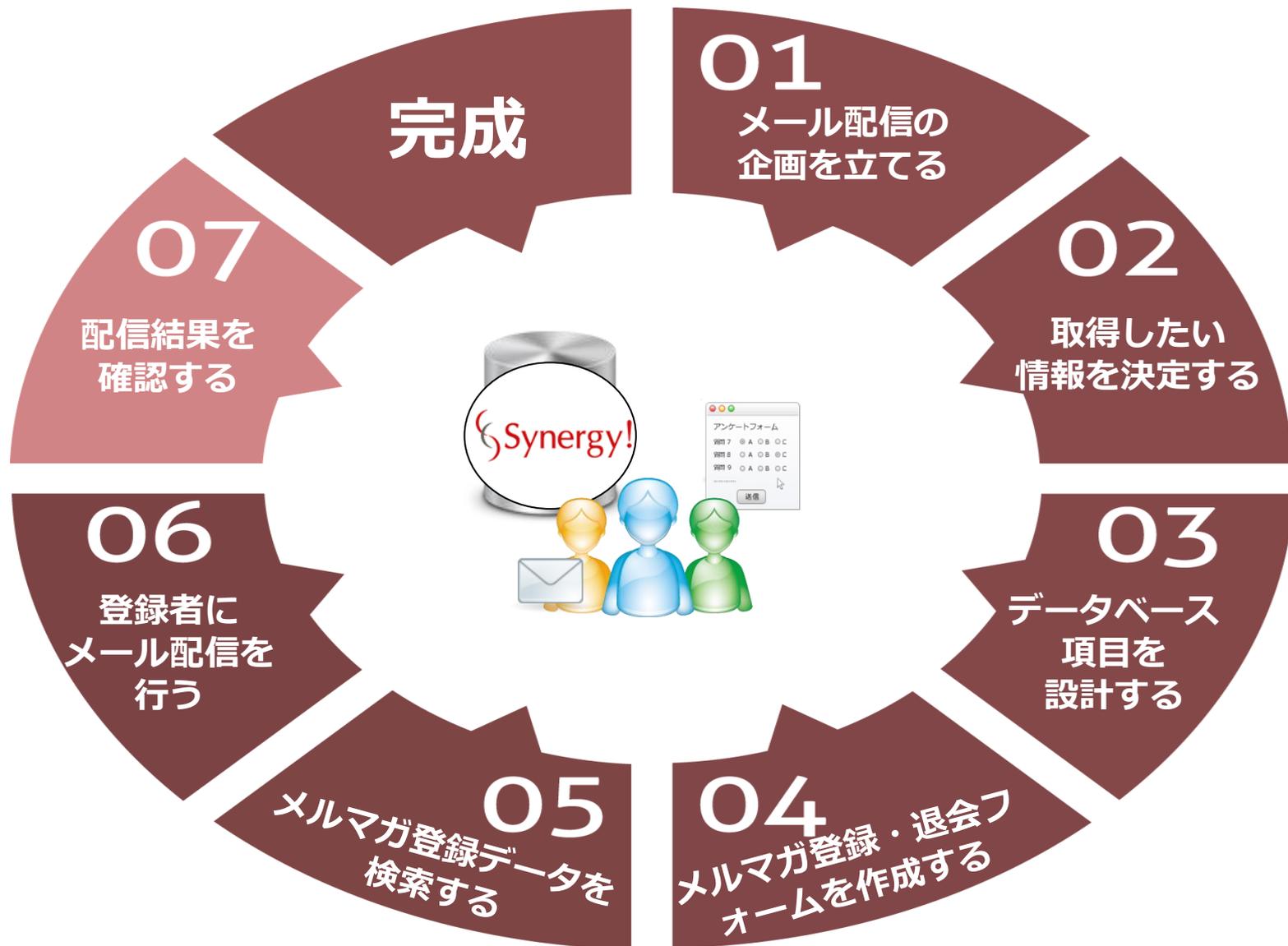


配信対象者が確定するタイミングについて

予約配信における配信対象者が確定するタイミングは、「**指定の配信時刻に達した時**」となります。



STEP7 配信結果を確認する





配信結果を確認するポイントは2つ

① レポート で確認する

② データをエクスポート して確認する

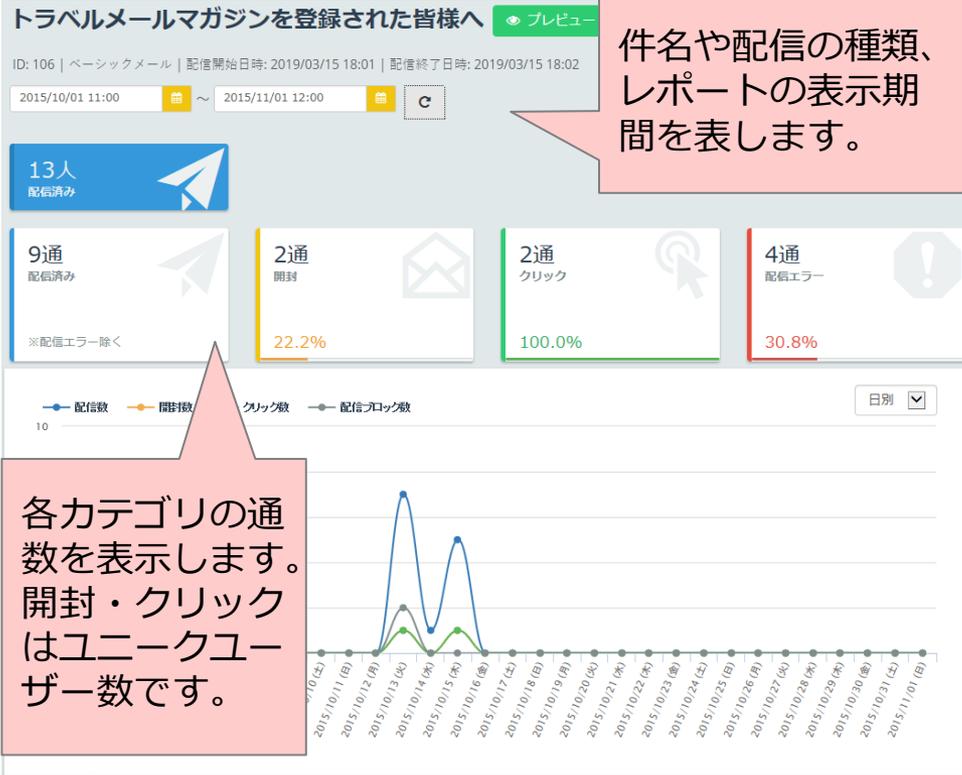


エクスポートとは、Synergy!のデータベースなどに格納されている情報を、Synergy!から書き出すことを指します。

エクスポートに対して、インポートとは、Synergy!のデータベースにデータを取り込むことを指します。

STEP7 配信結果を確認する

① 配信レポート で確認する



全体

配信人数	13人
配信数	13通
配信数 (配信エラー除く)	9通
配信エラー数	4通 (30.8%)
開封数	2通 (22.2%)
のべ開封数	3回
クリック数	2通 (配信数に対して)
のべクリック数	3回
配信ブロック数	2通

配信通数をクリックすると最新100件のSynergy!IDを確認できます。また、その画面からエクスポートすることもできます。

クリックフィードバック プレビュー表示

HTML

ID	URL	クリック数	のべクリック数	クリック率
16	情報変更フォームURL(HTTPS)	2	2	22.2%
17	解除フォームURL(HTTPS)	1	1	11.1%

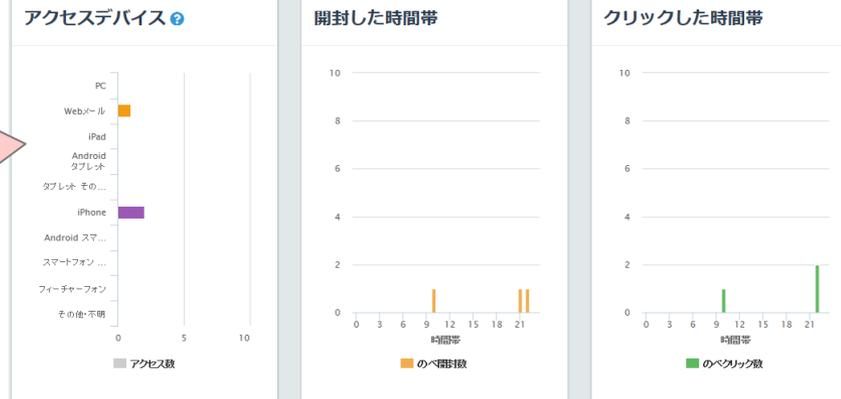
テキスト

ID	URL	クリック数	のべクリック数	クリック率
18	情報変更フォームURL(HTTPS)	0	0	0%
19	解除フォームURL(HTTPS)	0	0	0%



詳細は、サポートページをご覧ください。
【レポート】
<https://support.crmstyle.com/poem/poem-basicreport>

アクセスされたデバイスや開封の時間帯、クリックの時間帯をグラフで確認できます



STEP7 配信実績を確認する

② データをエクスポートして確認する

配信対象者の詳細情報が、CSVファイル(*)で確認できます。

※CSVファイルとは、データをカンマ(,)で区切って並べたファイルのこと

【配信先】

	A	B	C	D	E	F	G	H
1	配信ID	SynergyID	配信日時	PCメール	携帯メール	更新日時	システム登	メール受信
2	106	1682	2019/3/15 18:01	yamawaki.mika@fyn.jp	#####	#####	#####	FALSE
3	106	93	2019/3/15 18:01	yamawaki.mika@fyn.jp	#####	#####	#####	FALSE
4	106	94	2019/3/15 18:01	yamawaki.mika@fyn.jp	#####	#####	#####	FALSE
5	106	95	2019/3/15 18:01	yamawaki.mika@fyn.jp	#####	#####	#####	FALSE



配信詳細情報はデータベースの顧客情報にひも付けてダウンロードします。
ダウンロードできる条件は、**データベースに存在している顧客**です。

【クリックフィードバック】

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J
1	配信ID	SynergyID	クリック日時	クリックID	クリックURL	PCメール	携帯メール	更新日時	システム登	メール受信
2	112	6930	2019/4/2 16:58	228	https://fyn1.mega.jp/webapp/Form/15383_rta_173/index.do	yamawaki.mika@fyn.jp	#####	#####	#####	FALSE
3	112	280	2019/4/2 16:58	226	https://fyn1.mega.jp/webapp/Form/12217_rta_66/index.do	yamawaki.mika@fyn.jp	#####	#####	#####	FALSE
4	112	280	2019/4/2 16:58	226	https://fyn1.mega.jp/webapp/Form/12217_rta_66/index.do	yamawaki.mika@fyn.jp	#####	#####	#####	FALSE
5	112	5	2019/4/2 16:58	226	https://fyn1.mega.jp/webapp/Form/12217_rta_66/index.do	yamawaki.mika@fyn.jp	#####	#####	#####	FALSE
6	112	263	2019/4/2 16:57	228	https://fyn1.mega.jp/webapp/Form/15383_rta_173/index.do	yamawaki.mika@fyn.jp	#####	#####	#####	FALSE
7	112	285	2019/4/2 16:57	226	https://fyn1.mega.jp/webapp/Form/12217_rta_66/index.do	yamawaki.mika@fyn.jp	#####	#####	#####	FALSE

【開封】

	A	B	C	D	E	F	G	H
1	配信ID	SynergyID	開封日時	PCメール	携帯メール	更新日時	システム登	メール受信
2	106	103	2019/3/20 12:02	yamawaki.mika@fyn.jp	#####	#####	#####	FALSE
3	106	103	2019/3/20 12:02	yamawaki.mika@fyn.jp	#####	#####	#####	FALSE
4	106	104	2019/3/20 12:02	yamawaki.mika@fyn.jp	#####	#####	#####	FALSE
5	106	1682	2019/3/20 12:02	yamawaki.mika@fyn.jp	#####	#####	#####	FALSE

1行に1顧客の1つの結果が表示されます。
複数の結果がある場合は、1顧客で複数行表示されます。

STEP7 配信結果を確認する



配信の「エラーカウント項目」について

配信エラーとなったメールアドレスには、マスターデータベースの「エラーカウント項目」に下記「エラーカウント」が追加されます。

エラー種別	エラー内容	エラーカウント
メールアドレス書式エラー	宛先自体が存在しない。(メールアドレスが間違っている)	99
宛先不明	@がない、@が全角になっているなど、メールアドレスとして成立しない書式のエラー。	99
配信リストクリーニング機能による除外	過去の配信で配信エラー理由が「メールアドレス書式エラー」「宛先不明」と判定されていた場合のエラー。	99
受信拒否	送信先のメールサーバがブロックしている。	1
ドメインが見つからない	ドメインのDNSサーバの不調などが要因で送信先のメールサーバ自体が見つからない場合などに発生するエラー。不調が回復した場合には送信できる可能性があります。	1
SPAMと見なされた	PC向け配信の場合は受信側のサーバがSPAMと判断、携帯向けの場合はdocomo・auの個々の端末がドメイン指定受信を行っていることを指します。 ※Softbankのドメイン指定受信の場合は、キャリア側の仕様によりエラーを返さないためエラーカウントを付与しません。	1
メールボックスが一杯	送信先のメールボックスが一杯でメールが届けられなかったことを指します。	1
ワンクリック解除URL書式エラー	List-Unsubscribeヘッダによるワンクリック解除設定時に「外部システムの解除URLを利用」した際、解除URLがURLの形式になっていない場合のエラーです。	1
その他エラー	上記のいずれにも当てはまらないケースのエラーで、エラー理由の特定が困難。	1



エラーカウントが一定の数まで蓄積されると自動的に配信対象外となります。(初期設定では「5」に設定されています)
エラーカウントが「5」以上蓄積されているデータについては、定期的に削除することをおすすめします。

第3章

本日のまとめ

メルマガ登録からメール配信までの7つのステップ

