

HubSpot

メルマガ配信ガイド & 事例集



目次

はじめに.....	3
第1章 メルマガの種類.....	5
第2章 効果的なメルマガの必須条件	7
第3章 メルマガの準備	9
第4章 メルマガの最適化.....	14
第5章 効果的なメルマガの実例.....	19



はじめに

インバウンドマーケティング戦略の一環としてメルマガ(メールマガジン)を展開することに二の足を踏んでしまう企業はそう少なくありません。「メルマガは時間がかかる割に十分なROI(投資収益率)が見込めない」、「新たな顧客を獲得して維持していくにはInstagramやTwitterの方が見栄えも良く、大々的にアピールできる」といった声がよく聞かれます。しかし、Eメールマーケティングには大きな可能性が潜んでおり、マーケティング戦略を成功に導く手段として決して無視はできません。事実、2019年には**80%のマーケティング担当者が、Eメールのエンゲージメントが増加したと回答**しています。では、何から始めればよいのでしょうか？

ずばり、メルマガです。

メルマガは、オーディエンスに自社のことをもっとよく知ってもらうためだけでなく、正しく運用すれば、少ないコストで業績を飛躍的に向上させるための手段にもなり得ます。


メルマガキャンペーンの始動や、従来のメルマガの刷新を予定しているなら、ぜひ本ガイドでご紹介するヒントや事例を参考にしてみてください。本eBookでは、最適なメルマガの種類を判断するポイントや、メルマガをデザインして最適化する方法を取り上げると共に、皆さんのクリエイティビティを刺激する成功事例もご紹介します。では、さっそく詳細を見ていきましょう。



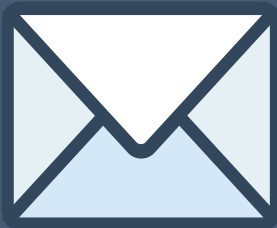


HubSpot


Eメールマーケティング



HubSpotのEメールマーケティングツールを使えば、
デザイナーやエンジニアの力を借りなくても、
マーケティング活動のためのEメールを作成、
パーソナライズ、最適化できます。



相手の心に響く、人間味のあるEメールを送信して、
開封率とクリックスルー率を飛躍的に向上させましょう。



[無料で試してみる](#)

第1章

メルマガの種類

メルマガ配信の初期段階でよく問題になるのが、一貫性が保たれないことです。読者は何かを期待してメルマガに登録しています。そうした期待に応える（さらには期待を上回る）ためには、メルマガの骨子を固めて、それに従いましょう。メルマガを送信するときには毎回同じレイアウトを使用して、趣旨を読者にわかりやすく伝えることが大切です。配信するメルマガの種類は、読者の好みと自社のコンテンツ戦略との絶妙な兼ね合いを考えつつ、賢く選択しなくてはなりません。

ブログの更新情報

ブログ記事を中心としたメルマガは、既に多くの読者によって活発なブログコミュニティが確立されている場合に最適であり、コンテンツにトラフィックを直接誘導するには理想的な手段です。長文に仕上げるよりも、読者がリンクをクリックしたくなるような、インパクトのある短い文言でアピールすることが大切になります。言葉を尽くして読者の説得に当たるのではなく、訴求力のある簡潔なコピーでブランドの価値を伝え、読者が自然と詳細情報にアクセスしたくなるように働きかけましょう。

今後のイベント一覧

自社でこれからイベントを主催する、またはイベントに参加する予定はあるでしょうか？多くの企業では、特定の場所やカテゴリで開催されるイベントの情報を一覧にして、毎月または四半期に1回のペースで配信しています。メルマガで、あまり知られていないけれども有益なイベントを紹介すれば、自社ブランドで通常想定されるよりも広範囲のオーディエンスにアプローチできます。このタイプのメルマガの目的は、見逃せないイベントを読者に知らせると同時に、適切な来場者を呼び込むことで利益につながりそうな業界イベントを宣伝することです。メルマガ送信者とイベント主催者の両方にメリットがあり、共同マーケティングの起爆剤となります。このタイプでは、イベントの詳細にアクセスするよう読者を促すコピーを作成することが重要です。情報量が多すぎると敬遠されてしまうおそれがあるので、文章は端的にまとめ、イベントに関する画像も盛り込みつつ、読者が直接イベントに登録できるようリンクも挿入しておきましょう。

キュレーション形式

所属する業界の規模が大きく、独自のコンテンツをあまり作成していない会社に適しているのが「キュレーション」形式です。他のウェブサイトから関連するコンテンツを集め、自社の目的に沿ったメルマガとして仕上げます。コンテンツはそのときどきで異なっても、毎回明確なテーマを設定するようにしましょう。キュレーション形式は、業界エキスパートの企業が読者にサービス購入を促すことを目指す場合にぴったりです。同じ分野の関連記事をまとめ、すべての記事にリンクを設定することで、自社のサービスが他社と比較してどれほど優れているかを読者に示すことができます。

リードナーチャリング

リードのデータベースに登録されているなら、そのコンタクトが自社の製品やサービスに関心を持っていることは明白ですが、ブランドの情報をチェックしたいとは思っていても、製品購入や会員登録の意志が固まっているとは限りません。こうした見込み客（リードやプロスペクト）には定期的にEメールを送信することで、購入検討時に自社のブランドを真っ先に思い浮かべてもらえるようになると共に、それぞれのペースでブランドについての知識を深めてもらうことができます。**リードナーチャリング（見込み客の購入意欲醸成）を効果的に行うと、営業チームに引き継げるリードの数は1.5倍**に増え、そのためのコストを33%削減できます。ぜひリード向けのメルマガの運用を開始し、会社や製品の最新情報、大小さまざまなコンテンツ、自社に関するニュース記事を掲載して、週1回または月1回のペースで配信しましょう。

顧客へのお知らせ

新しい製品や機能、サービスの宣伝、コラボレーションに関する発表、イベントの告知など、顧客向けのEメールは実に用途の広いマーケティングツールです。あらゆる規模のビジネスに適し、eコマース（電子商取引）企業では特に重宝されています。自社のブランド戦略とミッションステートメントに基づきながら、親しみやすいカジュアルなコピーに仕上げ、目を引く画像を添えてください。メルマガの内容がミッションに沿っていなければ、読者はたちまち不信感を覚え、春のバーゲンセールのご案内を待たずに、登録を解除してしまうでしょう。eコマースブランドでは、プロモーションやセール、新製品についての情報提供に顧客向けEメールを活用できます。

第2章

効果的なメルマガの 必須条件

メルマガの有効性は、コンテンツの魅力で決まります。コンテンツを選ぶときの指針として「9:1の法則」を覚えておきましょう。その法則とは「コンテンツの配分は知識提供90%、プロモーション10%」というものです。製品やサービスがいかにすばらしくても、宣伝文句が延々と続けば、読者はうんざりしてしまいます。反対に、メルマガで業界や読者の関心事項について参考になる重要な情報を重点的に提供すれば、購入に気持ちが傾きやすくなるでしょう。そのうえで、最新のプロモーション情報などのお得なニュースを共有すれば、読者はさらに心を開き、購入意欲が高まるはずです。

工夫を凝らした件名

皆さんは毎日何通のEメールを受信し、そのうちの何通を開封しますか？メルマガで成果を挙げるための第一条件は、魅力的でユニークな件名をつけることです。読者登録にこぎつけたとしても、読者の受信トレイはEメールであふれかえっており、送信したメルマガが必ず開封してもらえる保証はありません。自社からのEメールに馴染みを持ってもらいたいあまり、つい毎回同じ件名をつけたくなるものですが、これはお勧めできません。それよりも、読者にアクションが求められていることやその期限が差し迫っていることを示す要素を織り交ぜて、エンゲージメントを促しましょう。詳しくは、[適切な件名のつけ方を解説したブログ記事](#)を参照してください。

選び抜かれたCTA

メルマガで大切なのは中身です。メルマガは複数のコンテンツと**複数のCTA (Call-To-Action)**で構成されますが、それぞれに目立つものと目立たないものもあります。毎回、緊急性の高いCTAばかりで埋め尽くされていると、読者は神経をすり減らし、配信解除を選択することになりかねません。そのため、目立たせたいメインのCTAは、1通につき1つだけに絞りましょう。緊急性が低い他のCTAは目立たない場所に配置し、1つの重要なCTAにスポットライトを当てます。**Eメールで使用するCTAを選択**したら、読者がとるべきアクション（取り上げたブログ記事へのリンクをクリックする、ブランドロゴ入りのパーカーの抽選に応募するためEメールを5人に転送するなど）が、明確に示されていることを確認します。次に何をすべきか読者を混乱させているようでは、十分な成果にはつながらないでしょう。

邪魔にならないデザイン

1通につきメインのCTAを1つしか配置しないからといって、それ以外のデザインに凝りすぎるのも考えものです。魅力的なデザインには必ずしも大胆で過剰な演出は必要ないことを覚えておいてください。メルマガのデザインとコピーはCTAを引き立てはしても、CTAの妨げとなっははいけません。メルマガをデザインする際は、余白の使い方が重要です。メルマガは、モバイルデバイスを使用して移動中に読まれることがほとんどのため、読者が内容に集中できるよう、うるさいビジュアルにせず、シンプルで機能的なデザインを心がけてください。コピーについても同じことが言えます。読むのに時間のかかるような長文は避け、企業のランディングページやブログなど、次の場所へと誘導するための入り口にすることが大切です。コンテンツの中身をほんの一部だけ紹介し、CTAをクリックするよう読者を導きましょう。

配信解除ボタン

読者にできるだけ長くメルマガを受け取ってもらいたいと思えばこそ、配信解除の手段を用意するのは、最初は気が進まないかもしれませんが、その気持ちはわかりますが、関心の薄い登録者を減らし、熱心に読んでくれるアクティブな登録者を増やしていくことも大切です。メールリストからの削除を希望する読者のために、クリックして配信解除のページにジャンプできるボタンを用意しておきましょう。こうすることで、配信者リストの質が保たれると同時に、メルマガが届いている相手を常に正確に把握できるようになります。また、配信解除ボタンが押されたときには、専用ページにリダイレクトする前にその理由をたずねましょう。解除プロセスに簡単なアンケートを組み込んでおくと、たとえば「ごちゃごちゃしている」、「押しつけがましい」など、自社のメルマガの改善点を知ることができます。

画像出典: HubSpot



Good morning, Boston! Need a caffeine fix? No surprise there.
Fortunately, we're bringing you Lattes On-Demand!

To get your hands on an espresso drink, simply find the **Free Lattes On-Demand** store now thru Sunday from **12:30-6pm**, add your grande latte of choice and checkout. May your most difficult decision today be vanilla, regular or soy.

Plus, you can order up to **two** lattes per order, so Postmate a coffee for you and a friend. Delivery fee applies. Enjoy!

GET IT NOW

第3章

メルマガの準備

初めてのメルマガを配信する前に、いくつかの事項を決定し、テストを実施する必要があります。次に示すメルマガの対応チェックリストを使用し、手順に漏れがないことを確認してください。

メルマガの対応チェックリスト

- ✓ コンテンツを収集する
- ✓ 読者に最適な配信ペースを見極める
- ✓ Eメール配信のツールまたはソフトウェアを選択する
- ✓ テンプレートをデザインする
- ✓ 表示サイズを設定する
- ✓ 画像に代替テキストを設定する
- ✓ コンプライアンス状況を確認する
- ✓ ブラウザーのテストを実施する
- ✓ 配信をスタートする

コンテンツを収集する

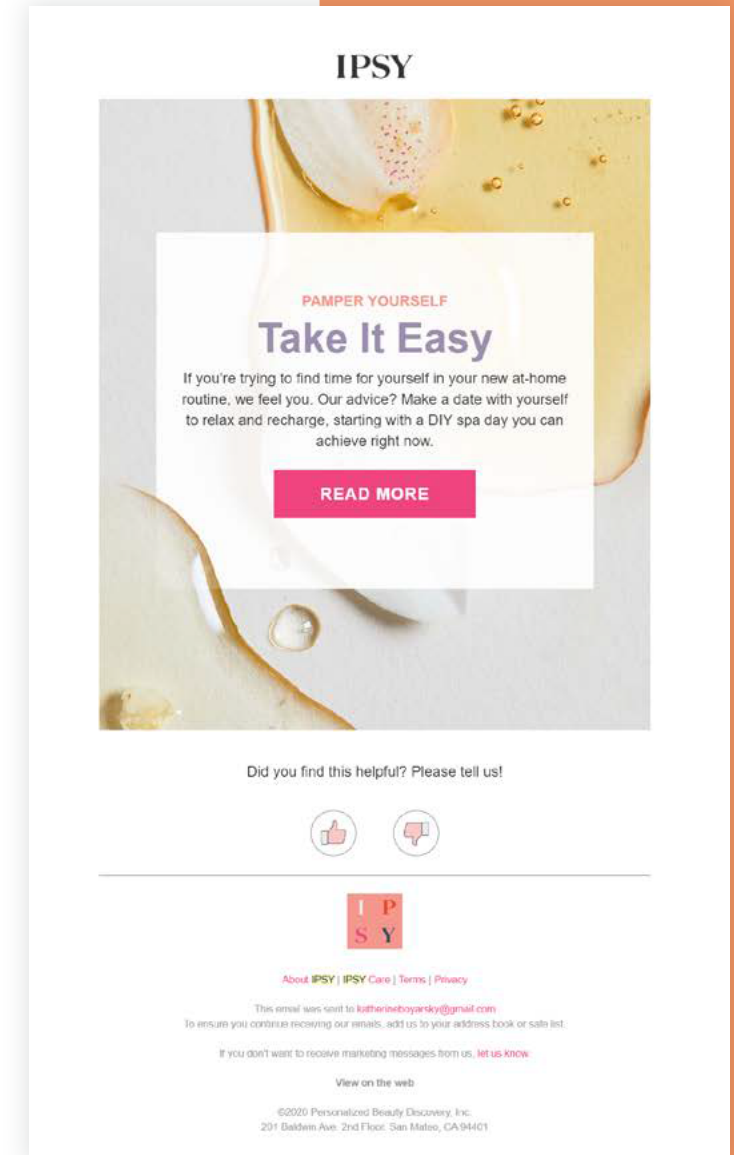
メルマガの目標を設定し、Eメールマーケティングの戦略を立てたら、掲載するコンテンツの収集を開始しましょう。メルマガの目標と配信頻度によって、選ぶコンテンツの種類も決まります。毎日配信されるメルマガと月1回のメルマガとでは、作成にかかる労力も、読者が閲覧するのに費やすエネルギーも大きく異なります。使えるコンテンツを探しに向かうなら、まずは自社のブログとソーシャルメディアアカウントです。その後は、初回のメルマガのメインとなるCTAを設定したうえで、内部向けのメルマガからリードジェネレーションにつながるコンテンツやコピーを見つけたり、コンテンツ作成用の材料として社内のトレーニング資料も集めたりしましょう。

読者に最適な配信ペースを見極める

読者の好みは一樣ではありません。配信ペースについては、登録読者にたずねるのも1つの方法です。ゆったりとしたペースでスタートし、徐々に週1回のペースに移行してもよいでしょう。読者に簡単なアンケートを送って確認したり、日刊／週刊／月刊のメルマガを用意し、登録状況を見て頻度を決めたりといった方法もあります。このようにテストやアンケートを実施することで、最適な頻度を判断できます。曜日別や時間帯別、(所在地、年齢、企業規模などの) 特定のリスト別に、Eメールの開封率とクリック率を比較してみるのもお勧めです。

Eメール配信のツールまたはソフトウェアを選択する

メルマガを配信するには、個人で使用しているGmailやOutlookのアカウントよりも高機能なEメールツールが必要です。自社のCMS (コンテンツ マネジメント システム) の組み込みツールを使用するか、独立した専用ツールを用意する必要があります。または、**HubSpotのEメールツール**のような統合型のツールセットを導入し、コンタクトやリストの管理ツール、マーケティングツール、営業ツールと併せて活用することもできます。自社のEメールプログラムに最適なツールやソフトウェアを選ぶ場合には、Eメールの作成と配信を行う担当者のスキルレベルを考慮しましょう。デザインやコーディングに不安があり、リソースが限られている場合は、**パーソナライズ、最適化、デザインのツールがあらかじめ組み込まれているEメールソフトウェアを選択**すれば、Eメールの作成やテストを手間なく行い、成果を高めることができます。こうしたソフトウェアには、各種のテンプレートも標準搭載されていて非常に便利です。



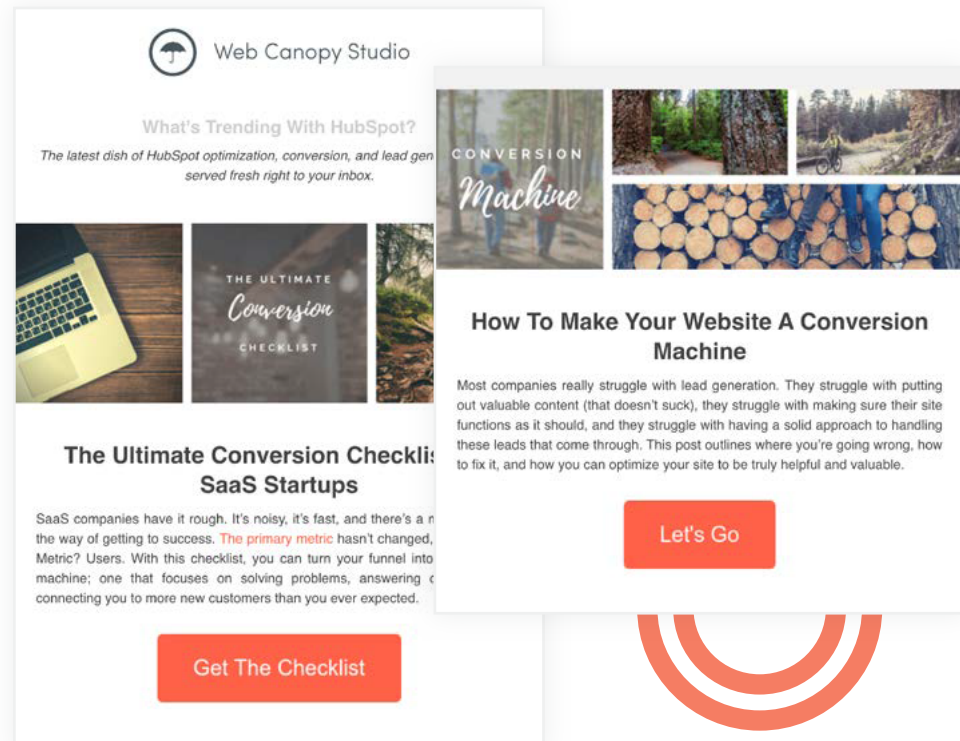
テンプレートをデザインする

配信方法が決まったら、次はデザインです。コピーを入力する前に、デザインチームに依頼し、本文の妨げにならないような最小限のテキストと配色で、毎回使用するテンプレートを作成してもらいましょう（ドラッグ&ドロップ式のEメールエディターを使用しながら自分で対応してもかまいません）。伝えたいメッセージよりも見た目ばかりが印象に残ってしまっは意味がないので、派手さや大胆さは抑えることが大切です。読者にとってEメール内の重要な部分が読みやすく、クリックしたくなるようなデザインを心がけてください。また、モバイルデバイスのサポートも忘れてはいけません。こうしたメルマガは移動中に閲覧されることが多いので、スマートフォンやタブレットにも必ず対応させましょう。HubSpotのEメールマーケティングツールなら、標準搭載の豊富なテンプレートをすぐにご利用いただけます。

表示サイズを設定する

読者がどのようにメルマガを読むかわからない場合は、あらゆる画面に対応できるようサイズを設定する必要があります。ほとんどのEメールサービスでは、メルマガの既定のサイズが600ピクセルになっており、いずれのサイズでも30ピクセルのパディングが指定されているため、サイズを適切に設定しないと、縦に押しつぶされて読めなくなってしまいます。そのため、幅が600ピクセルに収まるようにデザインし、どんな画面でも適切に表示できるようにすることが重要です。

画像出典: HubSpot



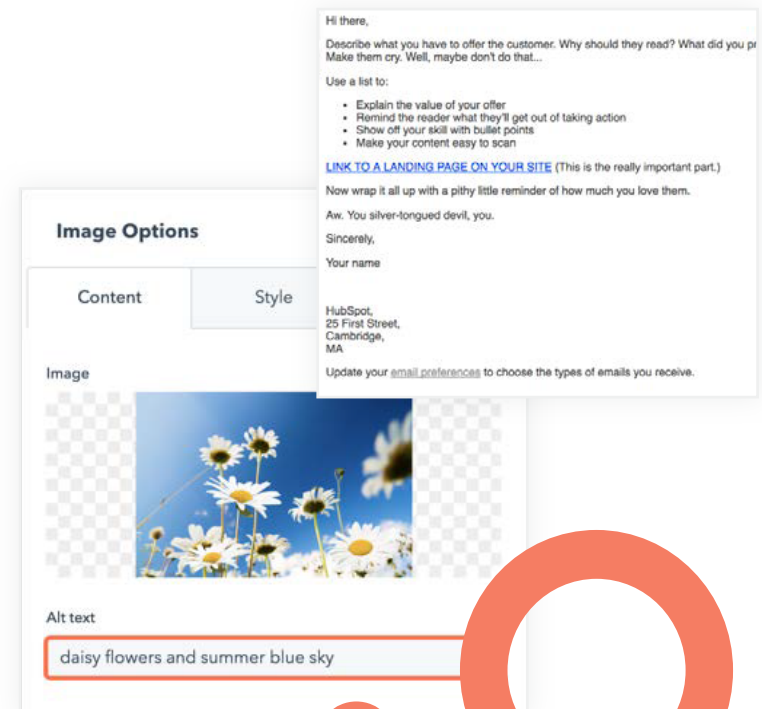
画像に代替テキストを設定する

テンプレートに文面を入力したら、登録者への配信準備はほぼ完了です。しかし念のため、Eメールを送信する前に、すべての画像に代替テキストを設定しておきましょう。このテキストは、対象の画像が読者のEメールサービスでサポートされない場合に、画像の代わりに表示されます。また、一部のEメールサービスではHTMLがサポートされないため、プレーンテキスト形式でもメルマガの体裁が整っていることを確認しておいてください。どちらの形式でも読み進めやすく、リンクがクリックしやすく、内容をなるべく配慮しましょう。

コンプライアンス状況を確認する

送信ボタンを押す前に、法的な観点から自社のEメールに問題がないことを確認しましょう。特に注意が必要なのは、特定電子メール法です。

広告など宣伝目的のメールが対象の**特定電子メール法**では、メール配信前にオプトイン（同意）を得ること、メルマガ内でオプトアウト（配信停止）方法を明確にすること、送信者の情報や問い合わせ先等の定められた事項について正しく明記することなどをメルマガ配信で必要としています。



ブラウザのテストを実施する

各種のEメールサービスの仕様は必ずしも同じではなく、コードの解釈方法はそれぞれ異なります。そのため、送信前にさまざまなブラウザでメルマガの表示をテストし、受信方法にかかわらず、常に一定の読みやすさが確保されることを確かめましょう。Gmailの受信トレイやMacのChromeできれいに表示されていても、AndroidのOutlookでは同じように表示されない可能性があります。すべての主要なブラウザやEメールサービスでメルマガの表示をテストする時間を取り、配信開始後にトラブルが発生しないように努めてください。**HubSpotのEメールプレビューツール**を使用すれば、さまざまなEメールサービスでの表示を簡単にテストできます。

配信をスタートする

いよいよ待望の瞬間です。ここまでの手順で、魅力的な要素をもれなくメルマガに盛り込み、チェックリストの全項目が完了しました。配信対象者がすべてEメールの受信者として登録されていることを再確認したら、送信ボタンを押してください。後は、いすに座ってくつろぎながら、チームメンバーと労をねぎらい、結果が出るのを待ちましょう。



第4章

メルマガの最適化

晴れて最初のメルマガを配信し、Eメール マーケティング キャンペーンを一步前進させました。実際に読者の目に触れるようになったら、次は効果が出ている点や改善できそうな点、具体的な成果指標を見極めましょう。

ただし、メルマガの最適化は一朝一夕で終わるものではありません。最適化のために変更を加えるときには、成果を正確に追跡できるよう1つずつ段階的に行うことが肝心です。テストと最適化を地道に繰り返すことで、登録者1,000人、10万人、100万人への道が開けていくでしょう。

成果の測定方法

新しいメルマガの運用を開始したときや、古くなったメルマガを刷新したとき、成果を追跡する方法としてはいくつかの選択肢が考えられます。できるだけ役立つ測定指標を選ぶには、このメルマガの始動を決定した当時を振り返ってみてください。このプロジェクトの目標はどのようなものでしたか？ ブログのトラフィックの増加でしょうか？ 四半期ごとに開催するユーザーイベントのチケット販売や、リードから顧客への転換でしょうか？ その目標に応じて、達成するために必要な測定指標を判断します。以降で紹介する測定指標を活用すれば、メルマガのパフォーマンスを総合的に評価し、さらに発展させるうえで今後注力すべきポイントが把握できます。



→ 開封数

Eメールの開封数からは、件名の有効性がわかります。また、件名が自社のブランドとどの程度マッチしているか、自社が配信するEメールを読者が待ち望んでいたかどうかを判断する材料としても役立ちます。送信者名やトーン、件名などから、自社ブランドのメルマガであることが明確に伝わるようにしましょう。**A/Bテストを実施すると、どのようなタイプのコンテンツが求められているかを確認**できます。また、開封率(送信数に対してEメールを開封した受信者の割合)やクリック率(開封数に対してEメール内のリンクをクリックした受信者の割合)など、**キャンペーンのパフォーマンスを継続的に分析**することも重要です。Eメールのエンゲージメントを分析して、Eメール配信を最適化すれば、キャンペーンの効果を最大化できます。



→ クリック数

手間ひまかけてメルマガを作成・配信するのは、なにも受信トレイに放置され、そのまま削除されるためではありません。メルマガがエンゲージメントを促進できているのか、どの程度の効果があるのかを把握するには、まずクリック数を測定する必要があります。Eメール内のどのリンクがクリックされているかを追跡したら、事前に設定した目標に基づいてコンテンツ戦略を調整します。また、**クリックスルー率(CTR)とコンバージョン率をモニタリング**し、Eメールプログラムの目標に照らして達成度を追跡します。Eメールの中でも一番目につきやすい冒頭の部分に、特に効果の高いコンテンツを配置してテストを重ね、読者のエンゲージメントを最大限に引き出せるコンテンツを突き止めましょう。

→ コンバージョン数

メルマガ内のどの要素が読者にクリックされているか、クリックした後でどのような行動がとられているかを確認しましょう。読者はイベントのリンクをクリックして、そのまま参加登録を行っていますか？ リンク先のブログ記事にアクセスして、そこに配置されたCTAに反応していますか？ クリックした読者はどのくらいの割合で顧客化しているのでしょうか？ リンククリックによって読者がどこに誘導されるにしても、その後のコンバージョン数をモニタリングすれば、読者の反応が良いコンテンツを把握して、その種類のコンテンツを継続的に提供していくことができます。

→ 登録者数

アクティブに閲覧している読者でベースの登録者リストを確立できたら、次はリストの拡大に取り組みましょう。メルマガが多くの人の目に触れるほど、月間目標の達成は早まります。もちろんリストが拡大したからといって、必ずしもメルマガの有効性が高まるわけではありません。アクティブでない読者を増やすより、数は少なくともアクティブな読者を維持する方が有益です。それでもなお、登録者数の推移を追跡するのは賢明と言えます。メルマガを知人と共有するように読者に呼びかけ、ソーシャルメディアを活用して登録者数を増やしましょう。

→ 転送率

登録者を増やすには、転送率を向上させるのも1つの方法です。読者によるメルマガ転送の促進を目指すなら、現在何人に転送されているかを測定する必要があります。しかし、Eメールマーケティングプログラムでは、Eメール内の転送ボタンをクリックした人数を追跡できません。代わりに、知人をメルマガの読者登録ページに招待してもらうためのCTAを作成して、**追跡可能なリンクを設定**し、そのリンクのクリック数を追跡するとよいでしょう。

→ ROI

ビジネス成長を目標にメルマガを運用している場合には、メルマガのROIを追跡することをお勧めします。メルマガによって獲得した訪問者数、リード数、顧客数、そして収益を追跡することで、メルマガの有効性を確認できます。

The screenshot displays the Stitch Fix website interface. At the top, there are navigation links for 'Fixes', 'Shop', and 'Your style'. The main header features the 'STITCH FIX' logo. Below the logo, a promotional message reads: 'LIKE IT? INSTANTLY BUY IT. Wait 'til you see your personalized looks. Now, you can shop outfits we create styled around the Stitch Fix pieces you own. The best part? Every look is just for you.' The central visual is a woman wearing a colorful floral crop top and wide-leg striped trousers. To her left, three panels labeled 'Your item' show different outfit combinations, including a grey skirt, a blue jacket, and a green top. Below the woman, a red 'Shop now' button is visible. At the bottom of the page, there are links for 'Invite friends', 'Contact us', and 'Help center', followed by social media icons for Facebook, Instagram, Twitter, Pinterest, and YouTube. The footer includes 'Download our app' buttons for the App Store and Google Play.

関連する測定指標の数値を改善する方法

メルマガをさまざまな角度からモニタリングし、効果のある要素や改善すべき点を見極めたら、関連指標の数値を高めるために具体的な対策を講じます。ここから紹介するヒントを参考に、メルマガの効果を最大限に引き出しましょう。

→ 新規読者の獲得後24時間以内にEメールを送信する

現時点ではワークフローの自動化を設定していない場合もあるかもしれませんが、新規の読者登録が行われてから24時間以内にEメールを送信することが重要です。そうすると、新たな読者の今後のエンゲージメントをEメールへの反応から予測できるだけでなく、自社が期待しているものを読者に伝えることもできます。この貴重なチャンスを逃さないために、**HubSpotのワークフローアプリケーション**などを使用してワークフローを自動化し、コンタクトがどんな方法で自社とコミュニケーションをとった場合でもEメールを自動送信できるように設定しておくといよいでしょう。記憶の新しいうちにEメールを送っておけば、メルマガに登録したブランドだとすぐに認識してもらえるだけでなく、自社のEメールに対する関心を維持できます。

→ Eメールの差出人を実際の担当者にする

メルマガの送信者を「マーケティングチーム」などの部門名ではなく、個人名にすると、Eメールの開封率が向上します。考えてみてください。一斉送信されたような定型のEメールと、パーソナライズされたEメール。信頼できるのはどちらでしょうか。誰しも、スパムや自動生成のEメールで受信トレイがいっぱいになってしまった経験があると思います。その中に埋もれてしまわないための工夫として、メルマガの差出人を特定の個人名にすることで、その担当者が自分のために時間をかけて作成してくれたという印象を与えることができます。この場合は、返信用の受信トレイを忘れずにチェックし、読者からの質問がチーム宛てに届いていないかを確認するようにしてください。

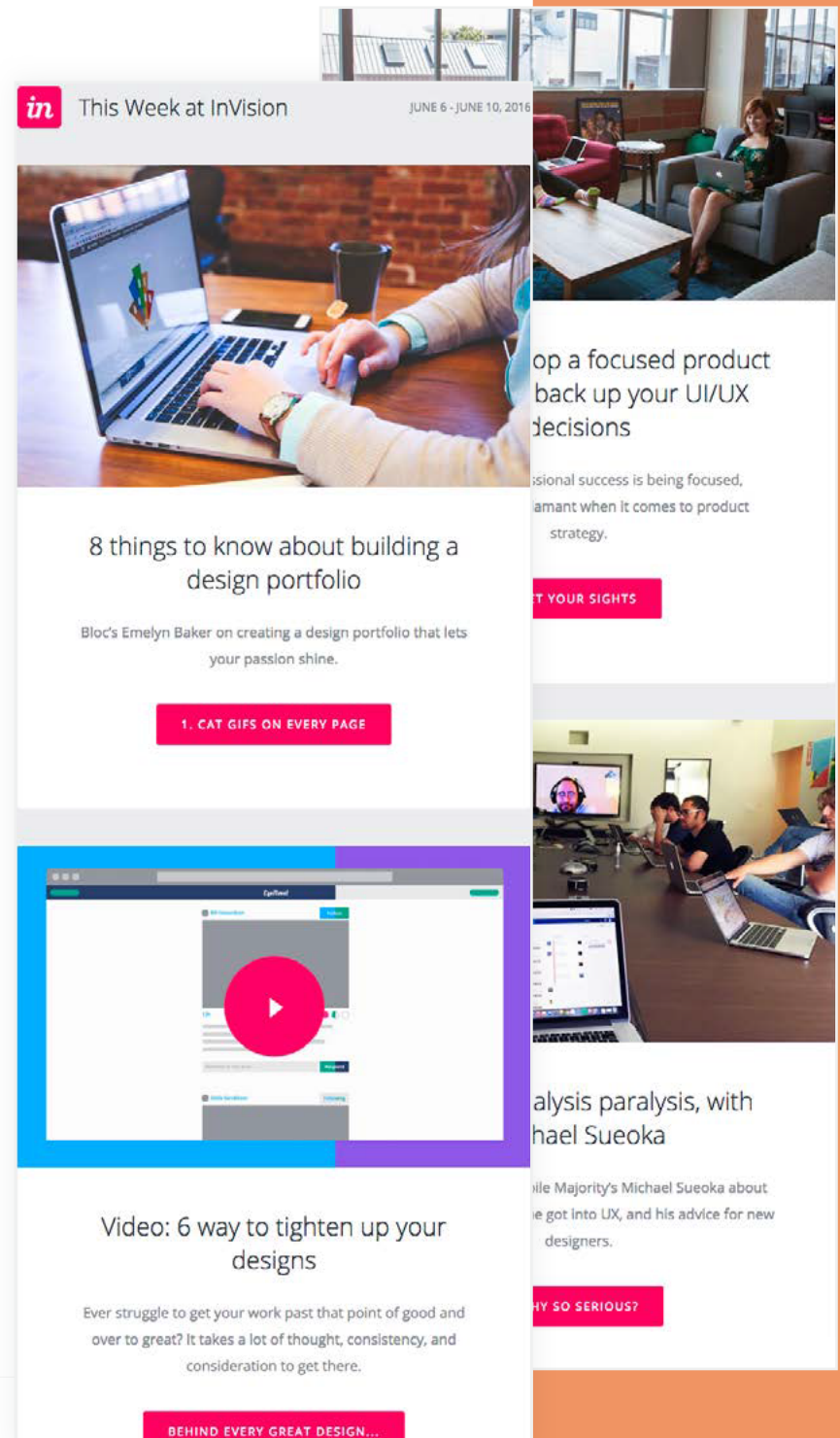


→ 中身は簡潔に

クリック率の大幅な低下や配信解除の増加が発生していたら、その原因は単純にメルマガが長いからかもしれません。メルマガは読者が負担なく読み終わられるよう、簡潔にまとめることが重要です。冗長にならず、読みやすい文章に仕上げるには、読者に直接語りかけるようなトーンを心がけてください。カジュアルでくれた文体を維持しましょう。あえて長い文章にする場合には、内容を整理し、段落で区切ってわかりやすくします。メルマガは教科書ではなく、ためになる楽しい読み物として提供する必要があるので、情報を詰め込みすぎるのは逆効果です。

→ 1通につきCTAは1つに絞る

クリック率が低下している場合は、Eメール内にCTAが多すぎて、読者が読み疲れてクリックしないままメルマガを閉じてしまっている可能性が考えられます。コンテンツに対する読者の関心を維持するためには、いくつかのアクションを求めるのは禁物です。読者が気楽に読めるよう、メインのCTAは1通あたり1つだけにとどめます。さらに、CTAボタンには促したいアクションをわかりやすく記し、目に止まりやすい場所を選んで適切に配置しましょう。



in This Week at InVision JUNE 6 - JUNE 10, 2016

op a focused product
back up your UI/UX
decisions

visional success is being focused,
amant when it comes to product
strategy.

YOUR SIGHTS

8 things to know about building a
design portfolio

Bloc's Emelyn Baker on creating a design portfolio that lets
your passion shine.

1. CAT GIFS ON EVERY PAGE

Video: 6 way to tighten up your
designs

Ever struggle to get your work past that point of good and
over to great? It takes a lot of thought, consistency, and
consideration to get there.

BEHIND EVERY GREAT DESIGN...

alysis paralysis, with
hael Sueoka

ile Majority's Michael Sueoka about
ie got into UX, and his advice for new
designers.

HY SO SERIOUS?

第5章

効果的なメルマガの実例

最後に、皆さんの参考となるよう、効果的にメルマガを運用して成果を挙げている実例をご紹介します。

ビジネス・経済

Robinhood Snacks

ユーモラスな文章にわかりやすい説明が特長で、肩肘を張らずに楽しく読める経済ニュースを提供しています。

Hey Snackers,

The business disruptions continue: Conference annual shareholder meetings (Starbucks' is online-only), and movie premieres (Bond, James Bond) are getting cancelled. What could happen sans-fans.

Investors are suffering from motion sickness as the S&P 500 managed to inch up last week.

Want to start getting Snacks daily? Or prefer to adjust your subscription preferences [here](#).

Launch

Quibi gets \$1.75B before credit its "Anticipated Po

Don't use it as a verb... Quibi wants to be a new video startup — short for "quick bites" — just raised additional cash from its private investors (it has total fundraise to a gargantuan **\$1.75B** — and it's still in beta):

- **Quibi is like a mobile-only Netflix**, but its content is broken into 8-10 minute episodes (Quibi will have 1 "Quibi"). It's for people with short attention spans.
- **The world has not yet tasted a Quibi**, making it surprising — Quibi's massive fundraise is in part due to (though having Disney and Comcast as investors and Mark Zuckerberg as co-founder definitely helps).

If you bake it, will they eat?... Quibi's spending on bingeable bites in 2020 — and we just learned about the *Barkitecture* doghouse one). Quibi is calling it **Model.** Can go 3 ways:

- **Success:** Apple had it with the iPhone, AI removal.

ROBINHOOD Snacks

DIGESTIBLE FINANCIAL NEWS



Trying to calculate the new girl's APS score

Last Week's Market Moves

Dow Jones	S&P 500	Nasdaq
25,865 (+1.79%)	2,972 (+0.61%)	8,576 (+0.11%)
Bitcoin	10-Yr US Treasury	
\$9,139 (+4.63%)	0.767%	

Hey Snackers,

The business disruptions continue: Conferences (SXSW in Austin), in-person annual shareholder meetings (Starbucks' is online-only), and movie

顧客向け

Everlane

ソーシャル意識の高いアパレルブランド「Everlane」では、キュレーション形式のメルマガを採用し、写真を多用した「魅せる」デザインで商品をアピールしています。



Jins

奇をてらわない、眼鏡ブランドらしいデザインが施されており、製品の特長を紹介すると同時に、来店を促しています。

Mail News
2020.12.19

JINS PROTECT

オンラインショップ限定 先行発売中

気になる、花粉・飛沫に。
花粉最大98%カット / 飛沫最大83%カット

あらゆる環境から目を守るメガネ JINS PROTECT WEB 先行発売!

人気の花粉カット・保湿タイプに加えて、避けられない外出や気になる3密に最適なJINS PROTECT PROが新登場！新型コロナウイルス感染の「第3波」とも言われる現状に鑑み、当初よりも発売予定日を前倒し、12月17日(木)よりオンラインショップにて先行発売！

※全国のJINS店舗では2021年1月14日(木)より発売。

JINS PROTECT をくわしく見る

Shopify

Shopifyのメルマガは、常連ユーザー以外にも役立つコンテンツです。ECビジネスに関するアドバイスや業界ニュース、インタビューを織り交ぜながら、実践的な情報を提供しています。

shopify 無料トライアルを始める

2020年12月09日

ブログ

コマースの未来 : Shopifyの調査からわかったコロナ禍における日本の消費者の購買傾向

コマースの未来 | shopify

2020年は小売業界が10年分の進化を遂げた年となりました。この1年で、起業家がビジネスを始め、運営し、成長させる方法が恒久的に変わり、消費者の買い物の仕方や支払い方法も変化しました。今まさに、コマースの新時代が始まろうとしています。2021年に突入するにあたり、私たちはShopifyのデータとマーチャントと買い物客のインサイトを分析し、コマース分野において未来に向けて急速に進化している主要な予測をご紹介します。

ブログを読む

人気記事

Shopifyストアフロントのカスタム検

eMarketer

1日に1回、Eコマース全般に関するニュースを短くまとめて配信。また、eMarketer Techという新しいメルマガでは、マーケティングテクノロジーの最新ニュースを提供しています。

eMarketer DAILY April 17, 2020

eMarketer Webinar: Pushing Past Funnel Disruptions
Adapting to a New Wave of Cautious Spenders
Sponsored content presented by Merkle Register Now

Media Buyers Are More Pessimistic About Future Spending; Disney+ Hits 50 Million Subscribers

Most US advertisers had started holding back their spending due to the coronavirus pandemic in mid-March, expecting to make deep cuts in Q2. But early April research suggests those cuts may be worse than previously anticipated.

During the first week of April, research firm Advertiser Perceptions fielded a second wave of its survey of advertisers and agencies in the US about the effects of the pandemic on their spending plans. The first wave, conducted between March 17 and 20, found that about seven in 10 respondents thought there would be a "major impact" on Q2 ad spending. That share rose to 86% of respondents two weeks later.

Which Quarters Do US Agencies and Brand Marketers* Anticipate Will Be Impacted Most by the Coronavirus Pandemic?

% of respondents, Q2-Q4 2020

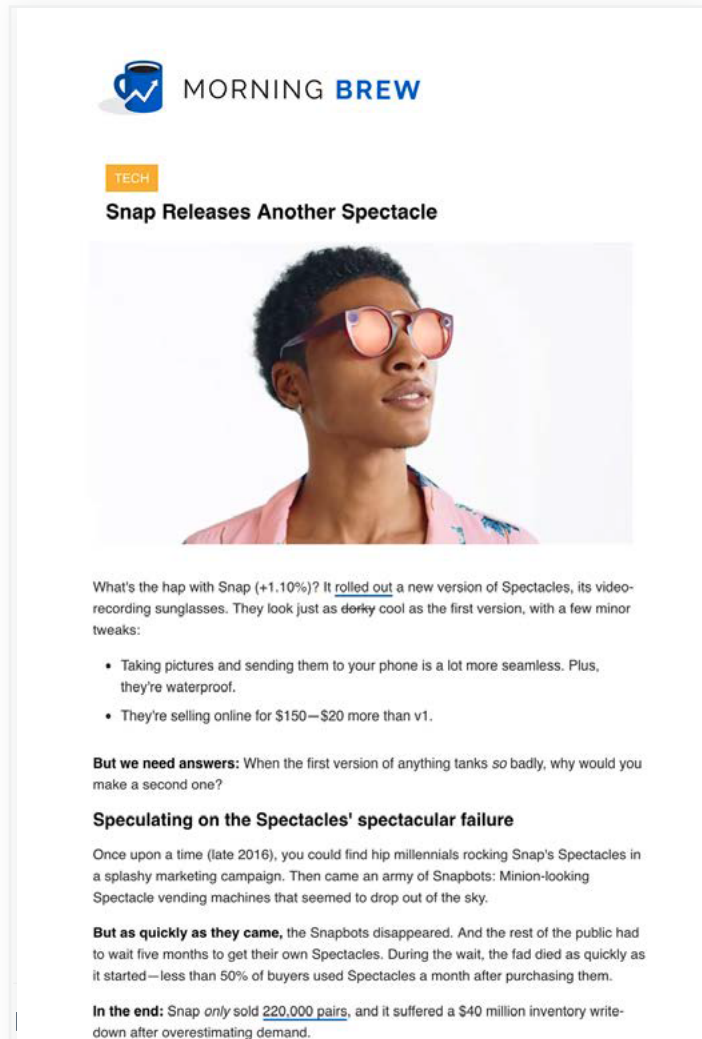
Wave	Q2	Q3	Q4
Wave 1 (March 17-20)	69%	28%	11%
Wave 2 (April 1-4)	86%	43%	13%


2% 26% 3% 46% 23% 38% 19% 1% 9% 4% 1% 46% 10% 33% 7%

Major impact Moderate impact Minor impact No impact

Morning Brew


興味を引く話題と経済ニュースを織り交ぜながら、明るく軽快なタッチで、さまざまな業界のニュースをタイムリーに配信しています。



 MORNING BREW

TECH

Snap Releases Another Spectacle



What's the hap with Snap (+1.10%)? It rolled out a new version of Spectacles, its video-recording sunglasses. They look just as *derky* cool as the first version, with a few minor tweaks:

- Taking pictures and sending them to your phone is a lot more seamless. Plus, they're waterproof.
- They're selling online for \$150—\$20 more than v1.

But we need answers: When the first version of anything tanks so badly, why would you make a second one?

Speculating on the Spectacles' spectacular failure

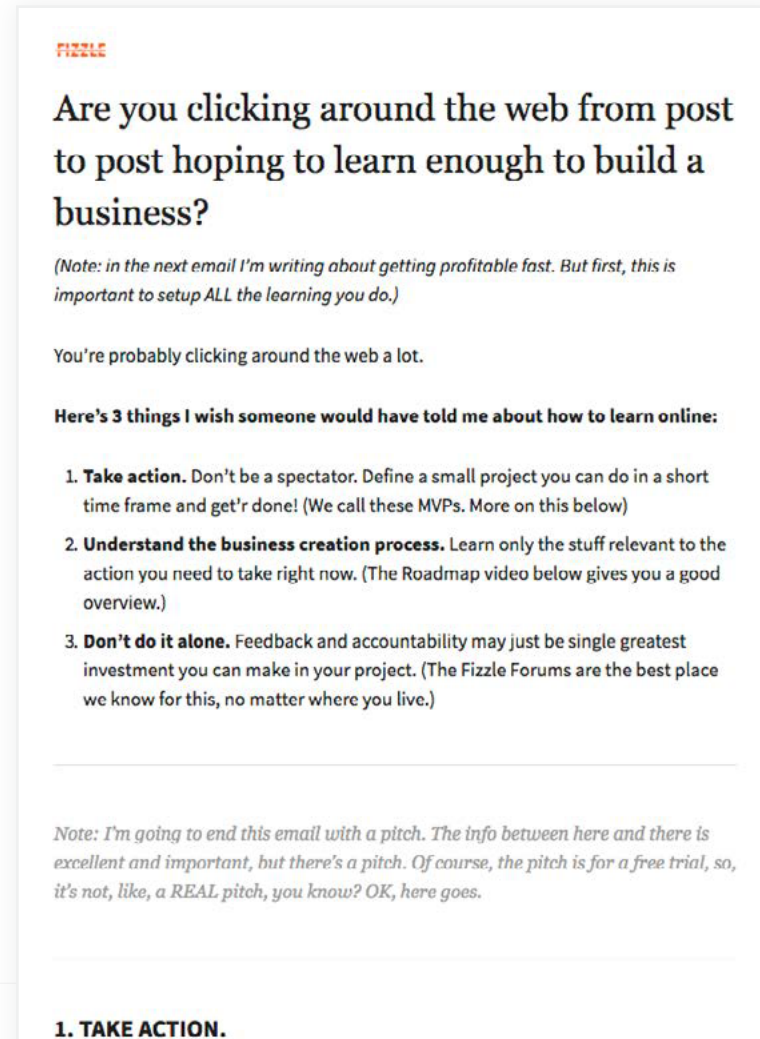
Once upon a time (late 2016), you could find hip millennials rocking Snap's Spectacles in a splashy marketing campaign. Then came an army of Snapbots: Minion-looking Spectacle vending machines that seemed to drop out of the sky.

But as quickly as they came, the Snapbots disappeared. And the rest of the public had to wait five months to get their own Spectacles. During the wait, the fad died as quickly as it started—less than 50% of buyers used Spectacles a month after purchasing them.

In the end: Snap only sold 220,000 pairs, and it suffered a \$40 million inventory write-down after overestimating demand.

Fizzle

起業家向けのビジネスニュースを率直かつカジュアルなトーンで提供。週に1回、友人からのアドバイスを聞く感覚で、ビジネス構築のヒントを得られます。



FIZZLE

Are you clicking around the web from post to post hoping to learn enough to build a business?

(Note: in the next email I'm writing about getting profitable fast. But first, this is important to setup ALL the learning you do.)

You're probably clicking around the web a lot.

Here's 3 things I wish someone would have told me about how to learn online:

1. **Take action.** Don't be a spectator. Define a small project you can do in a short time frame and get'r done! (We call these MVPs. More on this below)
2. **Understand the business creation process.** Learn only the stuff relevant to the action you need to take right now. (The Roadmap video below gives you a good overview.)
3. **Don't do it alone.** Feedback and accountability may just be single greatest investment you can make in your project. (The Fizzle Forums are the best place we know for this, no matter where you live.)

Note: I'm going to end this email with a pitch. The info between here and there is excellent and important, but there's a pitch. Of course, the pitch is for a free trial, so it's not, like, a REAL pitch, you know? OK, here goes.

1. TAKE ACTION.

I spent so much time reading. Oh my lawd, I loved it. Click here, subscribe there, get this book, subscribe to that podcast. I was learning, baby!

Below the Fold

新聞をめくりながらだと、日常の重要なニュースを見落としてしまいがちです。このメルマガでは、毎日の知っておくべきトピックをまとめて配信しています。



Welcome to **Below the Fold, muggles**. In this weekly newsletter, we're flipping past the major headlines — the ones everyone else has covered — to highlight important stories we easily miss.

You'll receive your first email the first Friday after subscribing. Until then, here are two sample stories from past editions you might find interesting.

Amazon may be hiding workplace injuries

Mon Dec 2

While we were busy shopping Amazon's Cyber Monday deals, the company seemed busy [covering up workplace injuries](#). A recent report shows that **hundreds of workplace injuries** have been mishandled. While most warehouses have an EMT-staffed unit on-site to offer "basic care," a.k.a. giving out ice packs or Advil, anything more serious is "supposed" to be handled by an actual doctor.

But apparently, this rarely happens. Over the past four years, injuries were treated in-house, even though Amazon's medical staff was not qualified — or **legally permitted** — to do so. Amazon's sweep-it-under-the-rug mentality prevented their workers from seeking immediate medical attention — oftentimes worsening the injuries.

A woman's texts become key evidence in her boyfriend's suicide

Fri Nov 22

In Boston, prosecutors charged a 21-year-old woman with [involuntary manslaughter](#) for her boyfriend's suicide. The evidence, according to prosecutors? Tens of thousands of text messages that they say show a [toxic and abusive relationship](#).

"do everyone a favor and go f---ing kill yourself, you're such a f---ing stupid s--- worthless s---."

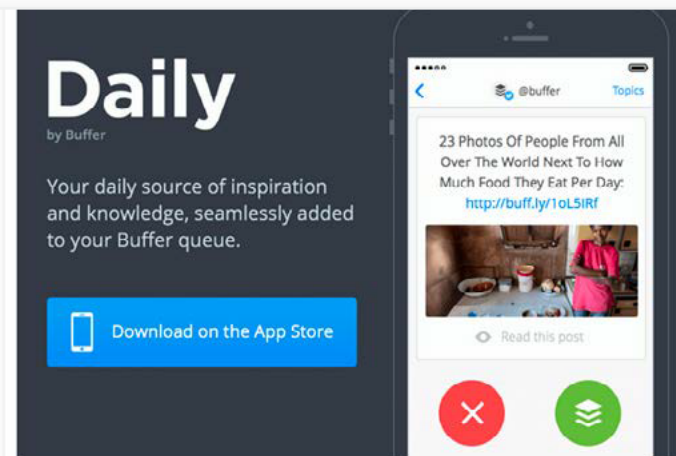
"F---K YOU GO F---ING KILL YOURSELF..."

In her defense, a public relations firm released texts showing a frantic effort to stop her boyfriend, as she tracked him down to the roof of a parking garage.

"IM BEGGING YOU. PLEASE IM ALMOST THERE PLEASE. where are u please please please."

Buffer

ソーシャルメディアに関するあらゆる最新ニュースを網羅した、短くて読みやすいメルマガで、欲しかった情報が手に入ります。



Swipe, swipe, swipe. It's a gesture that's become super important and useful on mobile. We're excited to bring swiping to content, to make social media sharing easier than ever when you're on-the-go.

Meet our brand new iOS app, Daily. Swipe your way through an endless supply of great stories, images and quotes you can read and share right from your iPhone.

All of Daily's stories are completely hand-picked (Really! A human curates each one!). Glance or read them, then quickly swipe right if it's content you want to share, left for stories you want to skip.



theSkimm

インパクトたっぷりの簡潔な文章で、日々の重要なニュースが紹介されています。楽しくてためになる情報が満載です。



theSkimm
Skimm for February 10th

Skimm'd while binging watching Netflix.

QUOTE OF THE DAY
"Beyoncé Bounce" - What [Red Lobster](#) is calling the huge spike in sales after Bey's "Formation" drop. Because everything she touches turns to gold... or coconut shrimp.

SKIMM THIS [f](#) [t](#) [i](#)

LIVE FREE AND VOTE

THE STORY
Yesterday, [New Hampshire snowplowed its way to the polls](#) for the first primary of 2016.

WHO WON?
Donald Trump and Sen. Bernie Sanders (VT). Both by a yuuuuge double-digit margin. [This was not a surprise.](#)

WHAT DOES IT ALL MEAN?
On the GOP side, it means Trump got back a bit of the mojo he lost last week in Iowa. But, for establishment Republican voters [desperately seeking another option](#), last night was about who would come in second. That went to Gov. John Kasich (OH). He beat out Iowa winner Sen. Ted Cruz (TX), and former Gov. Jeb Bush (FL). Meanwhile, Sen. Marco Rubio (FL) got the fifth place ribbon, and said "my bad" for last weekend's debate. On the Dem side, former Sec. of State Hillary Clinton "still loves NH." But the longtime frontrunner's had a rocky two weeks. Now, Sanders - a democratic socialist who was [supposed to be a long-shot](#) - is getting a second look in upcoming primary states. Pretty, pretty, pretty good for him.

the SKIMM
Iowa and NH are important because they're early. But they're [not exactly diverse](#). It's a different story in Nevada and South Carolina. [And those states are on deck.](#)

THE *: Check out our fancy Insta image below to share a snapshot of 2016 so far

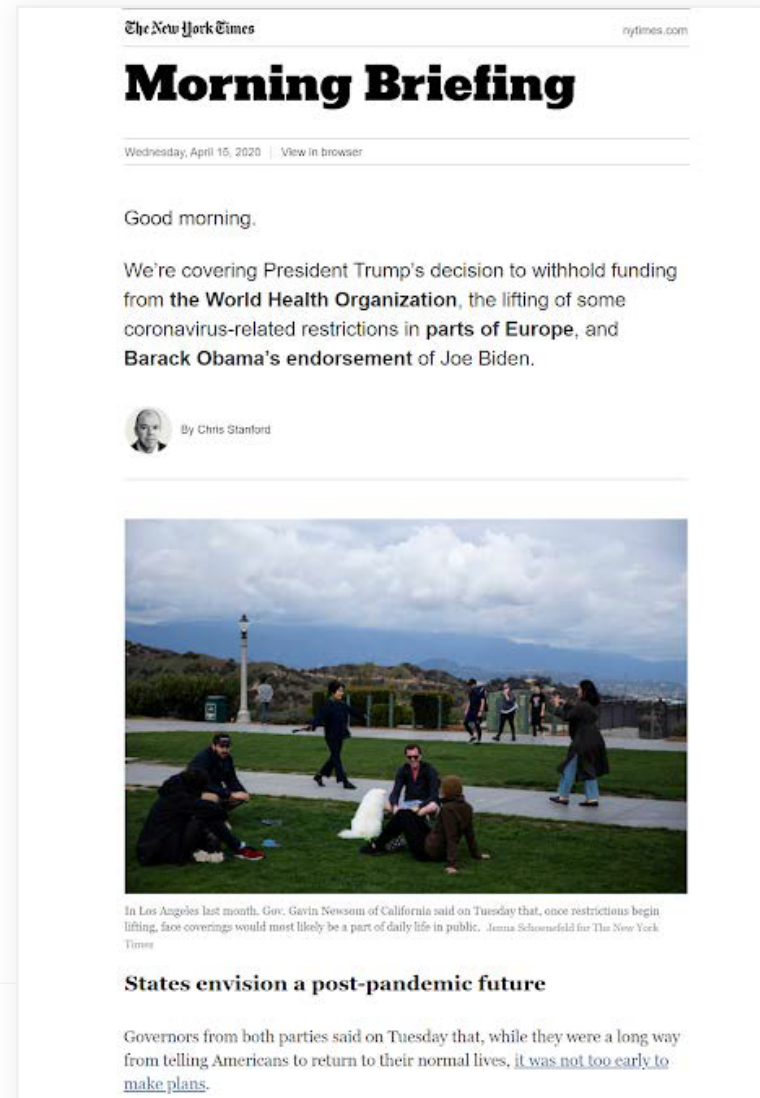
SKIMM THIS [f](#) [t](#) [i](#)

REPEAT AFTER ME...

WHAT TO SAY TO YOUR FRIEND WHO'S BEEN CRASHING ON YOUR COUCH FOR A FEW MONTHS...
You've gotta go. That's what Flint's mayor is saying to the city's lead pipes. Yesterday, she [unveiled a \\$55 million plan](#) to replace all of them. Flint, MI is the city

New York Times Morning Briefing

世界のトップニュースを集約した日刊のメルマガ。20分ほどかかるボリュームですが、それだけの値打ちはあります。時間に余裕があり、ニュースの詳細を確認したいときに最適です。




The New York Times nytimes.com


Morning Briefing

Wednesday, April 15, 2020 | [View in browser](#)

Good morning.

We're covering President Trump's decision to withhold funding from [the World Health Organization](#), the lifting of some coronavirus-related restrictions in [parts of Europe](#), and [Barack Obama's endorsement](#) of Joe Biden.

 By Chris Stanford



In Los Angeles last month, Gov. Gavin Newsom of California said on Tuesday that, once restrictions begin lifting, face coverings would most likely be a part of daily life in public. [Jenna Schussfeld for The New York Times](#)

States envision a post-pandemic future

Governors from both parties said on Tuesday that, while they were a long way from telling Americans to return to their normal lives, [it was not too early to make plans.](#)

マーケティング

Non-Obvious Insights

マーケティング業界の今を伝える週刊メルマガ。シンプルなデザインで目に優しく、マーケティング担当者に必要な最新の情報をもれなく届けます。



Dear <<First Name>>,

Right after SXSW was cancelled, I started collecting the best advice I could find about working remotely and presenting virtually. A week later I decided to write a book about everything I learned and I just published the digital version this week (print coming on May 26th). You can [get a free copy for Kindle here](#) for a limited time. Aside from the book, this week I have also been thinking a lot about the idea of what type of work is "essential" and what isn't. You'll see more on that idea in the stories below. As always, I'd love to hear any ideas they might spark for you - or just what you're thinking about these days. Let's talk! Just hit reply to this message to send me an email.



Want to share? Here's the newsletter link:
[https://mailchi.mp/71f2d4046721/215?e=\[UNIQID\]](https://mailchi.mp/71f2d4046721/215?e=[UNIQID])

What Retailers Can Learn From The Cannabis Industry

The entire emerging industry of legalized cannabis sales has been a disruptive one. From highly regulated dispensaries to roving marijuana trucks selling product on the streets, it's an industry that doesn't have many conventions yet. As a result, some believe it may [pioneer a new style of retail](#) that others could copy. From a rapid shift to ecommerce to an industry-wide move away from inhalable forms to more edibles, oils and other products, the industry is offering a masterclass in what quick evolution looks like - and it's one that more retailers should be watching.



The Professional Freelancer

フリーランサーとその雇用者に向け、毎週金曜日に実践的なアドバイスを提供しています。

THE PROFESSIONAL FREELANCER.

MAKING IT WORK AS A FREELANCE JOURNALIST

The Professional Freelancer is a newsletter and community for anyone who wants to be happy and successful working for themselves. It's written by me, Anna Codrea-Rado, a journalist, podcaster and campaigner for freelance workers' rights.

The Professional Freelancer is reader-funded. The small percentage of readers who pay make the entire publication possible. Right now, I'm relying on this support more than ever. If you can, [please consider becoming a paying subscriber](#).

Subscribe now

You can also support me for free by pressing the little heart button on these posts, sharing this newsletter with others and letting me know how this newsletter helps you. **Thank you.**

Please contact me with any questions on theprofessionalfreelancer@substack.com

The art of slow writing

Have you ever tried typing with two-inch nails?

 Anna Codrea-Rado
Apr 24



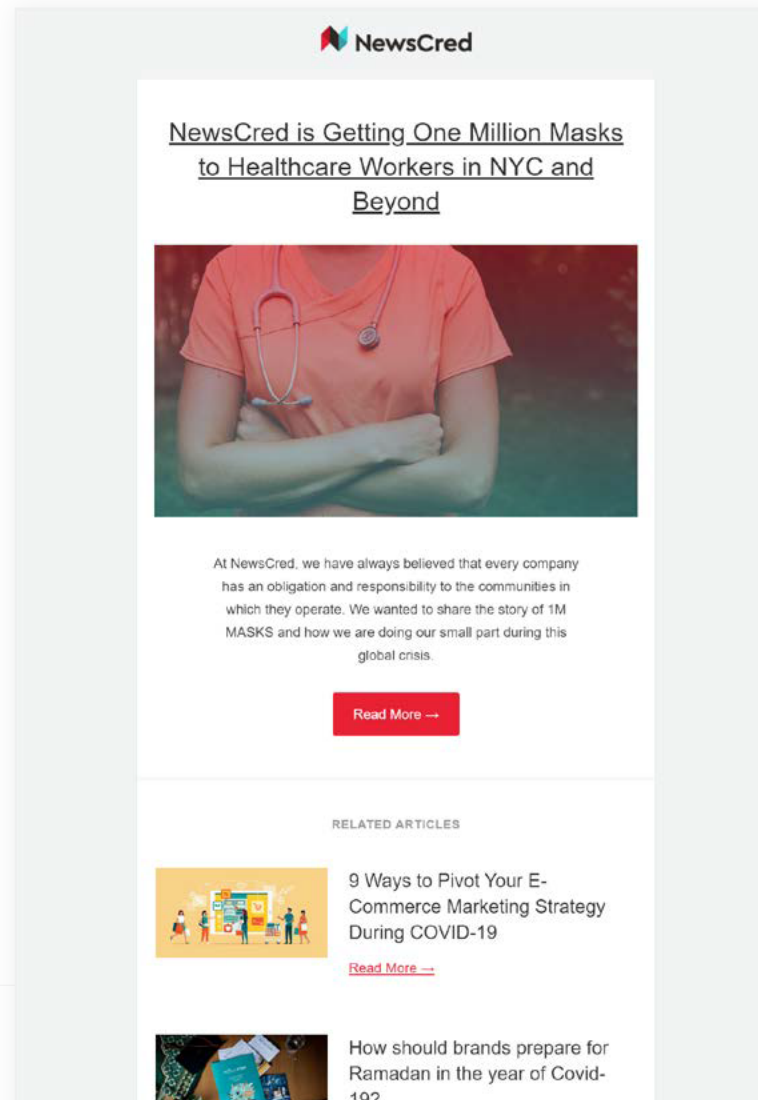
Litmus

Eメールマーケティングのテストを実施してライバルに差をつけたいなら、独自のテンプレートで面白いコンテンツを発信しているこのメルマガがぴったりです。




NewsCred

すぐに使えるコンテンツマーケティングの戦略を紹介しています。マーケティングに関する最新の知見やヒントが満載です。



Brain Pickings

毎週日曜日の朝に、心理学、創作、科学、芸術、デザインに関する見逃せない記事を1週間分まとめて配信しています。



donating = loving

I pour tremendous time, thought, love, and resources into *Brain Pickings*, which remains free. If you find any joy and stimulation here, please consider supporting my labor of love with a recurring monthly donation of your choosing, between a cup of tea and a good dinner:

Subscribe

You can also become a one-time patron with a single donation in any amount:

Donate

And if you've already donated, from the bottom of my heart: THANK YOU.

Thin Slices of Anxiety: An Illustrated Meditation on What It's Like to Live Enslaved by Worry and How to Break Free

Hello, Caryl! If you missed last week's edition – Virginia Woolf on loneliness and creativity, an illustrated atlas of the world's most unusual trees, the poetries of curiosity, young Barack Obama on love, and more – you can catch up [right here](#). If you're enjoying my newsletter, please consider supporting this labor of love with a [donation](#) – I spend countless hours and tremendous resources on it, and every little bit of support helps enormously.

Kierkegaard called anxiety “the dizziness of freedom” and believed that it [serves to power rather than hinder creativity](#). For Darwin, it was a [paralyzing lifelong struggle](#) – he accomplished his breakthroughs not because of anxiety but despite it. “Anxiety,” Anaïs Nin [wrote in her diary](#), “*makes others feel as you might when a drowning man holds on to you.*”

Anxiety belongs to the broader [complex relationship between creativity and mental illness](#), and although the causal direction of that relationship might forever evade us, it is strangely assuring to know that other minds –

Share

Medium

ブログ投稿プラットフォーム「Medium」では、日刊と週刊のメルマガによって優れたコンテンツが受信トレイに直接配信されるため、不要な記事に埋もれることなく、目的の記事をすぐに見つけることができます。

Medium DAILY DIGEST

Stories for CXD Studio

Based on your reading history

Working the Weekly 1:1
A better approach for the most important meeting of the week
Christina Wodtke 5 min read

The Feedback Paradox: Brutal Honesty, Radical Transparency, Radical Candor and...
Feedback is Necessary. It's Also Hard.
Joe Dunn in Tech People Leadership 7 min read

Documenting Decisions in a Remote Team
One of the questions I hear most about our globally distributed team at Buffer is “how do you document...”
Katie Womersley 4 min read

Best in Social Media

China's Social Media Campaign to Divide Hong Kong Should Worry Us All
Facebook and Twitter have made progress since 2016, but attackers still have the advantage
Will Oremus in OneZero ★ 5 min read

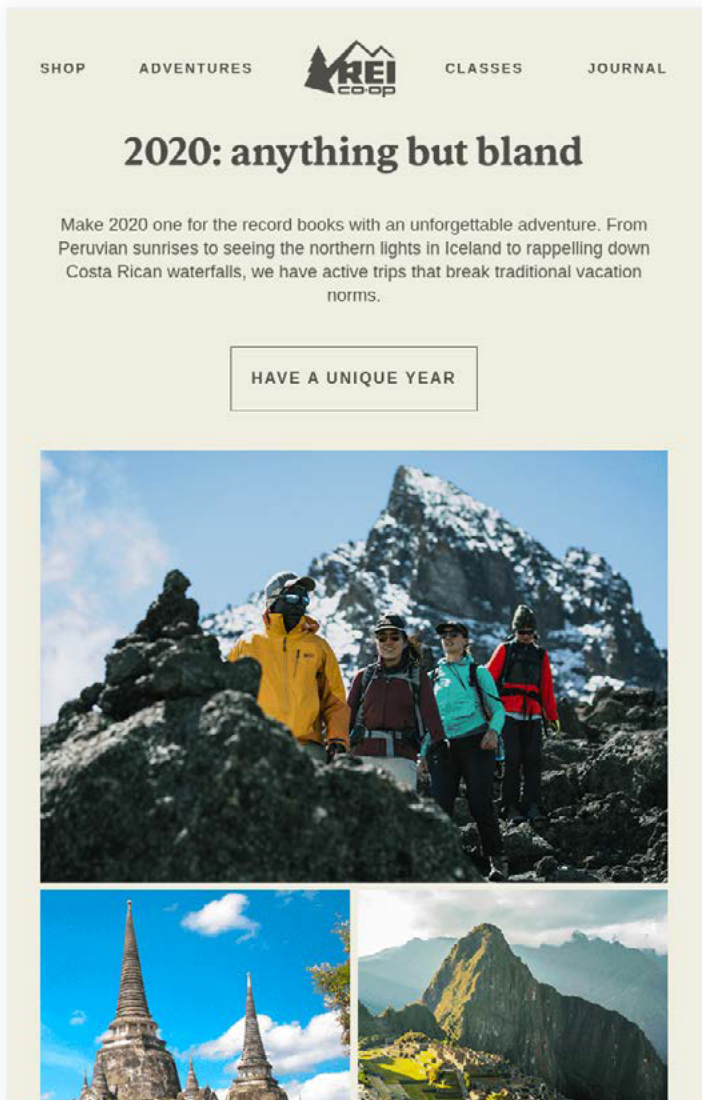
How News About Crime Warps Your Brain
And why it matters where you read it
Angela Lashbrook in OneZero ★ 7 min read

Best in Freelancing

5 Things I Wish I'd Known Before Starting An LLC

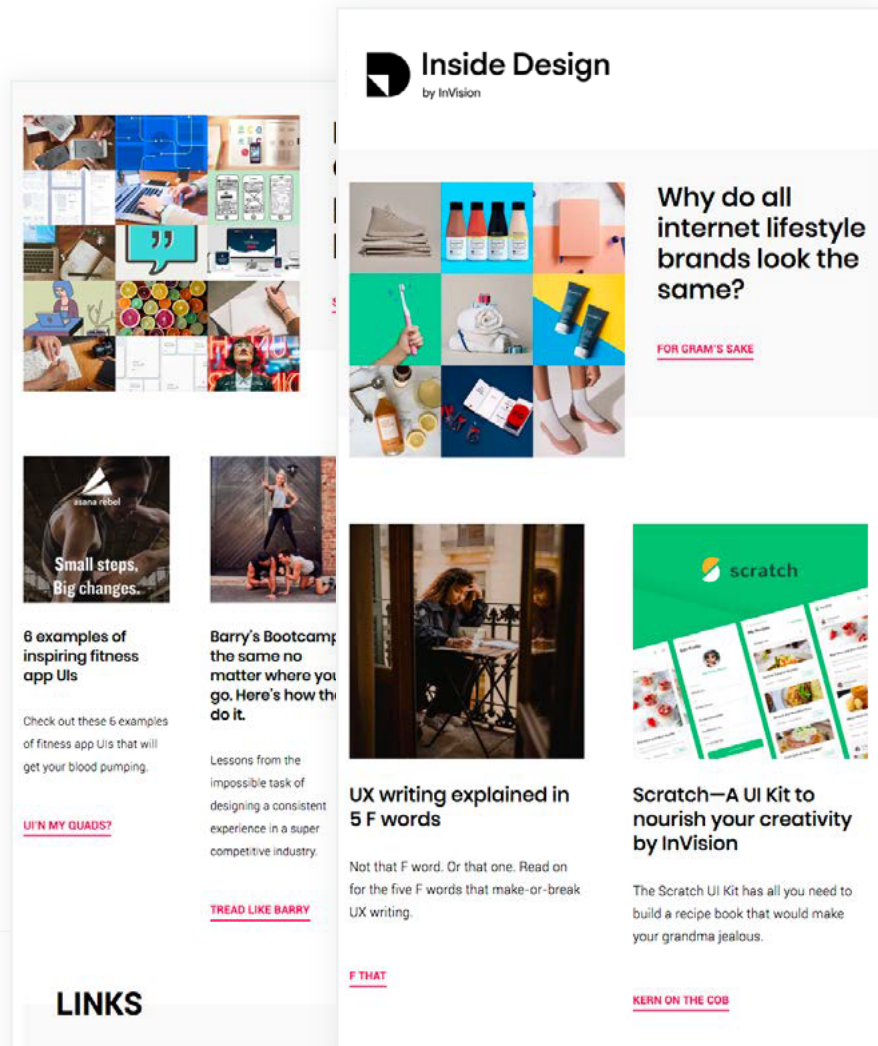
REI

アウトドア・スポーツ用品を販売する同社のメルマガでは、良質なコンテンツで良質な製品を宣伝しています。多くのeコマース企業がなかなか叶えられずにいることを実現してみせたのです。



InVision

アクセス数の多かったブログ記事のダイジェストとデザインのリンク集を毎週配信すると共に、不定期にコンテストを開催するという現代的な手法で、高いパフォーマンスを発揮しています。



顧客向け

Home Depot

住宅関連の商品を幅広く取り扱う同社では、DIYのヒントや作業手順、お勧めの工具、リフォーム計画のアイデアなどをメルマガで発信。役立つ情報を提供しつつ、自社の商品をうまくアピールしています。

How does
get more done.

Appliances Bath Plumbing Repair Storage & Organization Smart Home Lawn Maintenance

YOUR GUIDE TO FIXING A TOILET
5 Common Issues & How to Solve Them

More Info

How To
Quiet a Noisy Ceiling Fan

DIY Repair
Fix a Garbage Disposal

TACKLE HOME MAINTENANCE

Unsplash

ストックフォトの共有サイトを運営している同社では、週刊のメルマガでお勧めの写真をピックアップして紹介し、月刊のメルマガでパートナーシップに関する最新情報を提供しています。

The best new photos released on Unsplash

Hey Katherine,

Every day photographers release thousands of new, beautiful photos on Unsplash. Here's a few of our team's favourites from today:

非営利団体

Opening Act

イベントの告知や知識向上に役立つ情報、支援している学生に関するニュースなどを配信すると共に、同団体のプログラムに対する寄付を募っています。

30 REASONS TO JOIN OPENING ACT FOR 30 MINUTES TONIGHT!

OUR CORE VALUES (SHOWING UP, YES, AND-ING, LISTENING, RESPECTING, EMPOWERING, INCLUDING)
YOU CAN WEAR YOUR PAJAMAS
ANTHONY RAMOS
STUDENT LEADERSHIP COMPANY
KENNY LEON
LAUGH
BE ENTERTAINED!
AJA NAOMI KING
20TH YEAR OF OPENING ACT
ARTS ARE WORTH FIGHTING FOR!
10 PARTNERING DISTRICT 79 SITES
STUDENT PERFORMANCES

POSITIVE YOUTH DEVELOPMENT
OUR DEDICATED COMMUNITY OF SUPPORTERS
SUMMER ARTS & LEADERSHIP CONSERVATORY
OPENING ACT'S ALUMNI NETWORK
FUN FOR THE WHOLE FAMILY
SHOW YOUR KIDS WHAT COMING TOGETHER IN DIFFICULT TIMES LOOKS LIKE
ALUMNI PERFORMANCES
HOPE
JAMES MONROE IGLEHART
57 PARTNERING NYC PUBLIC SCHOOLS
OUR FIRST MIDDLE SCHOOL PROGRAM
OUR INCREDIBLE TEACHING ARTISTS
ACT 2 FELLOWS PROGRAM
MEET ZARETA RICKIE!
BILLY PORTER

**30 REASONS TO JOIN
OPENING ACT FOR
30 MINUTES TONIGHT!**

if you are unable to see image, [click here](#).

Join Billy Porter, Anthony Ramos, Aja Naomi King, James Monroe Iglehart, Kenny Leon, and many more to...

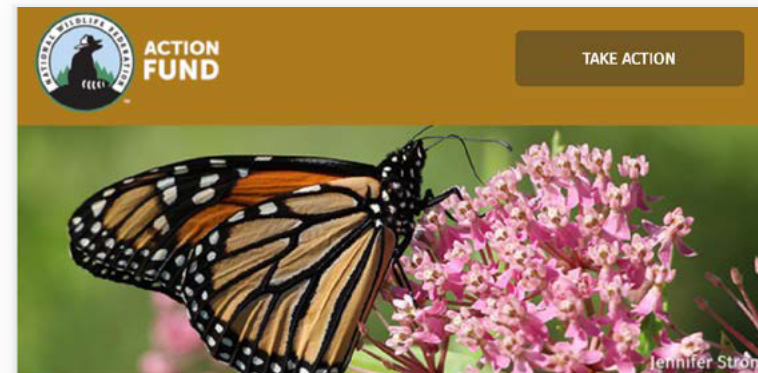


[SHOW UP to YES, AND!](#)

A special performance to support Opening Act!

National Wildlife Federation

知識向上のための記事を共有するEメール内に、目立つCTAを1つ配置したり、コンテストの開催を宣伝したりすることで、Eメールの枠を超えたエンゲージメントの促進に貢献しています。



Katherine,

Imagine there was a law that would save thousands of acres of crucial habitat for monarch butterflies, a species that has suffered a catastrophic decline over the last 20 years.

But it wasn't enforced.

[Urge the Environmental Protection Agency to enforce protections of the native grasslands that provide monarch habitat.](#)

Monarchs need milkweed plants to breed — it's the one and only host plant for monarch caterpillars, plus it supplies nectar for adult butterflies.

Milkweed grows abundantly in native grasslands in the Midwest, but that habitat is disappearing faster than any other ecosystem in North America.

There's so little native monarch habitat left. These fragile butterflies can't survive without a place to breed.

[TAKE ACTION](#)

Monarch decline is an indicator that there is something wrong in our shared environment. *Do we really want a world without monarch butterflies?*

[You can help reverse the decline of the monarch by taking action today!](#)

Thank you for all you do for wildlife and our natural world.

ALS Therapy Development Institute

筋萎縮性側索硬化症 (ALS) の治療研究支援を目的とした「アイス バケツ チャレンジ」で有名なALS TDIのメルマガでは、読者自身に募金集めのイベント開催を呼びかけています。また、読者から資金提供を受けた研究の成果に加え、コミュニティイベントやオンラインイベントの告知も掲載しています。



Virtual Programs and Events that Fund ALS Research

Due to the rapid spread of COVID-19, and the need for social distancing, ALS TDI has developed some new (and revamped) events and programs to connect with our community and fund ALS research!

Learn more about how you can get involved and fund ALS research from home.

[Read More](#)

Virtually Fundraise for ALS Research Now!

Ride in the 2020 "My-State Trek"

Check out the newly revamped TriMy-State Trek! The My-State Trek offers you an opportunity to ride "with" us, wherever you are. Please register to "join" us for the My-State Trek.



[Learn more here.](#)



Play Virtual Community Trivia

Starting Wednesday, April 8, 2020, ALS TDI will be hosting a weekly virtual community trivia game! Join us for a wonderful evening of trivia and fun!

[Learn more here.](#)

Habitat for Humanity Local Chapters

Habitatのメルマガでは、地域レベルの最新情報とコミュニティメンバーの活動レポートを掲載すると共に、ボランティアや建築サポート、寄付の募集を行っています。



"I am grateful...very grateful."

Khatisia applied to Habitat Greater Boston as a single mother of two. Thanks to your support, five years ago, she was able to purchase a home of her own to raise her children.



"You made my dream possible. I had been looking forward to owning my own home for a long time. My kids and I are happy. I am grateful... very grateful. When I first started looking for a home, the cost of buying, the down payment... I wasn't able to afford all of that. Back then, my daughter was in middle school. Now, she's in college. You helped make this possible."

Khatisia Goode - Habitat homeowner since 2013

Habitat for Humanity Greater Boston received a 4-star rating from Charity Navigator, America's largest and most-utilized independent evaluator of charities!



Habitat for Humanity Greater Boston
240 Commercial Street, Boston MA 02109
617-423-2223

HubSpot Academy

マーケティング ソフトウェア

Marketing Hubは、適切なオーディエンスを惹きつけ、多くの訪問者を顧客へと転換し、包括的なインバウンドマーケティングのキャンペーンを広く展開するために役立つ、豊富な機能を備えた使いやすいマーケティング オートメーションソフトウェアです。

無料で試してみる



HubSpot

Eメール マーケティング ソフトウェア

HubSpotでは、企業によるEメールの送信、リードの育成、新規顧客の獲得に役立つEメール マーケティング ツールを無料でご提供しています。デザイン部門の手を借りなくても、スキルレベルを問わずあらゆるマーケティング担当者が見栄えのするEメールを無料で作成、送信できます。

無料で試してみる

