

満足度向上に繋がる！ イベント案内メール例文と 注意点を徹底解説





目次

1	イベント案内メールの役割と重要性	P.2
2	イベント案内メールの内容を充実させるポイント	P.3
3	イベント案内メール作成時の注意点	P.5
4	成功するイベント案内メールの例文集	P.6
5	案内メールの開封率をアップするには	P.9
6	イベント案内メールのテンプレート活用法	P.11
7	イベント終了後のフォローメールの重要性	P.11
8	まとめ イベント案内メールで 参加者満足度を向上させるためには	P.13

イベント参加者に当日のご案内メールを送ることは、参加者との効果的なコミュニケーションを図り、イベントの成功を左右する重要な要素です。

案内メールは単なる情報提供の手段に留まらず、受取手に対してイベントに対する期待感を上げるとともに、参加意欲を喚起する役割を果たします。

具体的には、イベントの日時や場所、プログラム内容をお知らせするだけでなく、参加者にとってのメリットや特典を強調することで、参加者の興味を引きつけることができます。

また、案内メールは受取手との信頼関係を構築するための重要なツールです。丁寧なリマインドメールは、企業やイベント関係者の信頼性を上げることにも寄与します。

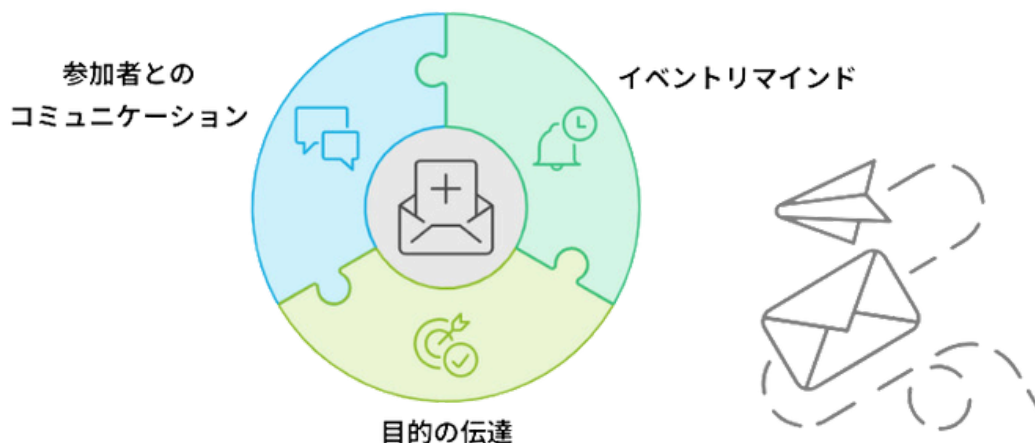
これにより、参加者はイベントの品質に対する期待を持つことができ、実際の参加につながる可能性が高まります。

本ホワイトペーパーでは、参加者満足度向上に向けた、イベント案内メールの作り方とそのポイントについて解説していきます。

イベント案内メールの役割と重要性

【案内メールの役割】

イベントの申し込み者に向けた案内メールの役割は、以下の通り多岐にわたります。



① イベント内容のリマインド

案内メールは、受取人にイベントの日程や場所、プログラム内容を再確認させ、参加の意欲を上げる役割を果たします。

② イベントの目的を伝える

どのような目的でイベントが開催されるのかを明示することで、参加者はイベントの意義を理解し、より積極的な参加意欲を持つことができます。具体的な目的を明確にすることで、参加者は「このイベントが自分にとってどのような価値があるのか」を判断しやすくなり、参加率アップが期待できます。

③ 参加者との効果的なコミュニケーション

案内メールは参加者とのコミュニケーションをスムーズにするための重要な手段でもあります。質問や不明点に対するサポート窓口を記載することで、参加者は安心して問い合わせを行うことができます。これにより、参加者との信頼関係が築かれ、イベント全体のスムーズな運営が実現します。

案内メールは単なる情報伝達手段ではなく、イベントの成功を左右する重要な役割を担っていることを認識することが重要です。

イベント案内メールの内容を充実させるポイント

【記載すべきイベント基本情報】

イベントの案内メールは、参加者の満足度を上げる重要な要素です。

件名は、分かりやすく要約して記載します。

例えば、「○月○日開催イベントのご案内」や「【リマインド】○月○日開催イベント当日のご案内」など、件名と日付を明確に記載します。

またメール本文には、イベントの日時、場所、スケジュール、参加費用、持ち物などの基本情報を網羅することが欠かせません。

これにより、参加者がイベントに関する詳細を把握しやすくなります。

【イベント概要の記載方法】

イベントの概要は、簡潔かつ魅力的に記載することが求められます。

具体的なアジェンダや講演者の情報を含めることで、イベントの価値を伝え、参加意欲をアップさせます。

特に、強調したいポイントは箇条書きや太字を用いて視覚的に際立たせることで、情報が伝わりやすくなります。

【イベント参加者への明確なお知らせ】

参加者への行動指示は明確かつ具体的に提示することが重要です。

例えば、受講票の事前印刷が必要な場合は、その方法をステップバイステップで説明します。

イベント内で、事前に申し込みや登録が必要なセミナーがある場合には、その方法や定員・締切日についても記載するとよいでしょう。

また、イベントへのアクセス情報や当日の持ち物リストを提供することで、参加者は安心して準備を進めることができます。

【記載を推奨する項目】

項目	内容
宛名	参加者の名前/会社名
本文	イベントのタイトル/概要/日時/場所/ アクセス方法/参加方法/主催者情報など
詳細	イベントのプログラム/タイムスケジュールなど
別記	登録方法/持ち物/ドレスコード/専用WebサイトがあればURLなど
問い合わせ先	メールアドレス/電話番号/問い合わせ用サイトがあればURLなど
署名	送信者の名前と連絡先

イベント案内メール作成時の注意点

【誤解を避けるための注意点】

誤解を避けるためには、明確で簡潔な言葉を使うことが重要です。

曖昧な言葉や専門用語の多用は避け、誰が読んでも理解しやすい表現を選ぶようにしましょう。

特に、日時や場所に関する情報は、タイムゾーンの違いや地名の表記に注意を払うことで、誤解を未然に防ぎます。

さらに、メール内で提供するリンクやQRコードが正しく機能するかどうかを事前に確認し、誤った情報が伝わらないように注意します。

また、変更がある場合には、速やかに正確な情報を再送することも重要です。

これらのポイントを押さえることで、参加者にとって有益で信頼できる案内メールを作成することができます。

【必ずダブルチェック体制を!!】



メールを作成したあとは、必ずダブルチェックを行きましょう。特に運営に慣れてくると、誤記に気づかなかったり、以前に配信した文面をコピーして使う場合もあります。

おすすめの管理方法は以下の2つです。

- ①対応項目を一覧化したチェックシートを作成し、管理。
- ②変更点を赤字にした、イベントメール配信の雛形を作成。

【セミナーインフォが使っているチェックシートイメージ】

1週間前/3日前リマインドメール			
	項目	1次	2次
メール件名			
	・開催日があっているか	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	・イベントタイトルがあっているか	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
本文			
	・開催日があっているか	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	・イベントタイトルがあっているか	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

成功するイベント案内メールの例文集

【状況に合わせた文章の作成】

イベント案内メールの成功には、状況に応じた文例の活用が役立ちます。

例えば、新規参加者向けには、イベントの魅力や参加するメリットを強調する文章が効果的です。

一方で、リピーターに向けては、前回の参加に対する感謝や今回の新しい要素をアピールすることで、参加意欲を再び喚起することができます。

また、ビジネスイベントの場合、専門的な内容を含めた具体的なプログラム内容を簡潔に記載することで、参加者の期待を高めることができます。

これらの文例を適切に使い分けることで、参加者の関心を引き、出席率を向上させることが可能です。

【参加者に響く案内メールの書き方】

参加者に響く例文を作成するためには、ターゲットオーディエンスの興味やニーズを理解することが不可欠です。

例えば、技術系のカンファレンスであれば、最新技術のトレンドや著名なスピーカーの参加を強調することが効果的です。

文化イベントでは、特別なパフォーマンスや体験を示すことで、参加者の感情に訴えます。

さらに、パーソナライズされたメッセージを含めることで、参加者一人ひとりに特別感を与えることができ、メールの印象を深めます。

このように、参加者の心に響くメールを送るためには、彼らが何を求めているのかをしっかりと把握し、それをメールの内容に反映させることが重要です。

【案内メール例文集】

「例文1：ビジネスイベント開催案内」

件名：

【〇〇様】〇月〇日開催「ビジネス交流会」開催案内

本文：

〇〇株式会社

〇〇様

この度は、〇月〇日（〇）開催「ビジネス交流会」にお申し込みをいただき、誠にありがとうございました。

いよいよ開催まで1週間となりましたので、改めて当日のご案内をさせていただきます。

詳細：

- タイトル：「ビジネス交流会」

- 日時：〇月〇日（〇） 18:00～19:00

- 詳細：イベントの専用LPがあればURLを記載

- 場所：ABCホテル 3階ホール

- アクセス：〇〇駅から徒歩〇分、または〇〇駅から徒歩〇〇分

<〇〇駅からお越しの方>

〇〇駅3番出口 徒歩〇分

<〇〇駅からお越しの方>

〇〇駅1番出口 徒歩〇〇分

- 参加費：無料

- 持ち物：お名刺1枚

ご欠席の場合は、お手数ですが下記のご欠席連絡用フォームより必ずご連絡ください。

<http://〇〇〇〇〇〇〇〇〇〇>

それでは、当日はお気をつけてお越しくださいませ。

お会いできることを楽しみにしております。

=====
【問い合わせ窓口】

株式会社××××

イベント運営事務局

TEL：000-1234-5678（平日10:00～17:00）

E-mail：abc@××××.×××.jp

=====

「例文2：オンラインセミナー開催案内」

件名：

【視聴ページのお知らせ】○月○日開催「○○セミナー」

本文：

○○株式会社

○○様

この度は、○月○日（○）開催「○○セミナー」にお申し込みをいただき、誠にありがとうございました。

イベントの詳細を以下の通りお知らせいたします。

詳細：

- セミナー名：【○○セミナー】

- 日時：20○○年○月○日（○） 13:00～16:00

- オンライン会場：Zoomミーティング

- ミーティングID：○○○○○○○

- パスコード：○○○○○

- 主催：株式会社○○

ご参加の手順について：

1.Zoomアプリのインストール：事前にZoomアプリをインストールしてください。

2.ミーティングIDとパスコードの入力：当日、ミーティングIDとパスコードを入力して参加ください。

3.音声とビデオのテスト：参加前に音声とビデオのテストをしてください。

ご欠席の場合は、お手数ですが下記のご欠席連絡用フォームより必ずご連絡ください。

<http://○○○○○○○○○○>

ご不明な点がございましたら、下記の【お問い合わせ窓口】までお願いいたします。

当日のご参加を心よりお待ちしております。

=====

【イベント問い合わせ窓口】

株式会社○○

イベント運営事務局

TEL：000-1234-5678（平日10:00～17:00）

E-mail：abc@××××.×××.jp

=====

案内メールの開封率をアップするには

【送信タイミングの最適化とコツ】

案内メールの送信タイミングを最適化することは、開封率を高めるための重要なポイントです。

一般的に、イベント開催の1週間前、3日前、そして前日が効果的なタイミングとされています。

「1週間前の案内メール」

参加者にイベントが近づいていることを再認識させ、スケジュールを調整させることができます。

「3日前の案内メール」

詳細を再確認したり、必要な準備を整えたりするためのきっかけとなります。

「前日の案内メール」

参加を確定させる最後のチャンスとなり、イベントへの意識を高めるメリットがあります。

「送信時間」

案内メールの送信時間も重要です。

多くのビジネスパーソンにとって、午前10時から午後2時は業務時間中にメールをチェックする頻度が高いため、開封率がアップする傾向にあります。

「配信曜日」

週の中頃、特に火曜日から木曜日は、メールが埋もれにくく、開封されやすいタイミングです。

【MAツールの活用】

MA（マーケティングオートメーション）ツールの活用も、案内メールの開封率を向上させるための強力な手段となります。

これらのツールは、顧客の行動データを基にパーソナライズされたメール配信を可能にし、よりターゲットに即したメッセージを送ることができます。

MAツールは、メールの開封率やクリック率をリアルタイムで追跡できるため、どのメールが効果的であるかを即座に把握できます。

これにより、メールの内容や送信タイミングについての洞察を得ることができ、次回以降の戦略に活かすことが可能です。

さらに、A/Bテストを活用して、異なる件名や本文のバリエーションを試すことも効果的です。

これにより、どの表現が最も開封率を高めるかをデータに基づいて判断できます。

件名はメールの第一印象を決定づける重要な要素であり、短くインパクトのあるものにすることで、受取手の興味を引くことが期待されます。

また、セグメンテーション機能を活用し、参加者の属性や過去の参加履歴に基づいてグループ化することで、より関連性の高い情報を提供することができます。

これにより、受取手は自分にとって価値のある情報が含まれていると感じ、メールを開封する可能性が高まります。

最終的に、これらの戦略を組み合わせて使用することで、案内メールの開封率を大幅に向上させることが可能です。

ターゲットのニーズや行動に合わせたアプローチを取り入れることで、イベントの成功を大きく引き寄せることが可能となります。

【MAツールの製品名と提供会社一部ご紹介】※順不同

アドビ株式会社 - Adobe Marketo Engage

カイロスマーケティング株式会社 - Kairos3

SATORI株式会社 - SATORI

株式会社シャノン - SHANON MARKETING PLATFORM

株式会社セールスフォース・ジャパン - Account Engagement

株式会社データX - b→dash

日本オラクル株式会社 - Oracle Marketing Cloud

HubSpot Japan株式会社 - HubSpot Marketing Hub 等

イベント案内メールのテンプレート活用法

【簡便なテンプレート例】

イベント案内メールのテンプレートは、時間を節約しつつ、効果的なコミュニケーションを実現するための強力なツールです。

簡便なテンプレート例を活用することで、イベントの基本情報を迅速に整理し、参加者にわかりやすく伝えることができます。

例えば、イベント名、日時、場所、参加方法、お問い合わせ先といった基本要素を予めテンプレートに組み込んでおくことで、毎回一から作成する手間を省くことができます。

また、テンプレートにはイベントの目的や参加者側の対応事項といったセクションを設けることで、参加者の理解を深めることが可能です。

【テンプレートをカスタマイズするコツ】

テンプレートをそのまま使用することも便利ですが、より効果的な案内メールを作成するためには、カスタマイズが重要です。

テンプレートをカスタマイズするコツとして、まずは対象となる参加者層を意識し、彼らの関心を引くような内容を追加します。

例えば、過去の参加者の声やイベントの特典情報を盛り込むことで、参加意欲を高めることができます。また、文体やトーンを企業のブランディングに合わせることで、一貫性のあるコミュニケーションを実現します。

さらに、視覚的に魅力的な要素を加えることも有効です。画像やグラフィックスを使用して、視覚的に訴求することで、メールの開封率や参加率の向上が期待できます。

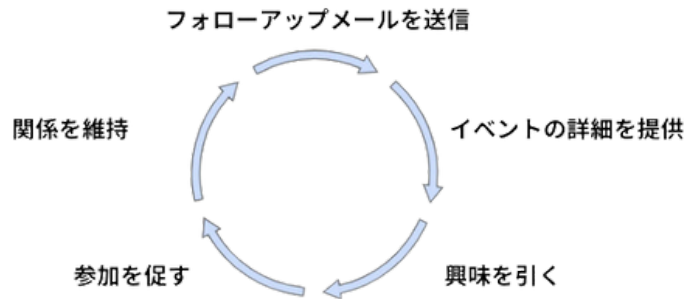
これらの工夫を施すことで、テンプレートを最大限に活用し、イベント案内メールの効果を最大化することができます。

イベント終了後のフォローメールの重要性

イベント終了後のメールは、参加者との関係を深め、次回のイベント成功につなげるための重要なコミュニケーションツールです。

タイミングと内容を工夫することで、その効果を最大化し、参加者の満足度とイベントへの参加意欲を一層高めることができます。

参加者エンゲージメントの サイクル



【感謝の意を伝える重要性】

イベント終了後のフォローメールは、参加者との関係を深める絶好の機会です。まず、参加者に感謝の意を伝えることは、イベントの成功を支えてくれたことへの敬意を表す重要なステップです。感謝の言葉を適切に伝えることで、参加者の満足度が向上し、次回のイベントへの参加意欲が高まります。

【フォローメール作成時のポイント】

上記に加えて、次回のイベント開催情報を予告することも効果的です。具体的な日程や内容を提供することで、参加者の興味を引き、次回の参加を促進します。さらに、アンケートやフィードバックを求めることで、参加者の声を反映し、次回のイベントをより良いものにするための貴重な情報を収集することも可能です。

【アンケート回答率を上げるために】

フォローメールの効果を最大化するには、アンケートやフィードバックの回答率を上げるための工夫も欠かせません。参加者がメールを受け取ったタイミングで、すぐに回答できるようにリンクを設置し、スマートフォンやタブレットからも手軽にアクセスできるようにしておくといいでしょう。また、アンケートの設問は簡潔で分かりやすくし、回答にかかる時間を短くすることで、参加者の負担を軽減させることもポイントです。そのほかにも、フォローメールにはインセンティブを加えることも有効であり、アンケートに回答してくれた参加者に対して、次回のイベントの割引コードや特典を提供することで、参加者の関心と参加意欲を高めることができます。

【効果的な送信タイミング】

フォローメールの送信タイミングは、イベントの印象を持続させるために非常に重要です。イベント終了直後に送信することで、参加者の記憶が鮮明なうちに感謝の意を伝え、フィードバックを求めることができます。理想は、イベント終了後24時間以内にフォローメールを送信するのが適切であり、参加者の関心を維持し、迅速な対応により好印象を与えることができます。

まとめ

イベント案内メールで 参加者満足度を向上させるために

イベント案内メールは、単なる情報提供の手段ではなく、参加者体験を豊かにし、満足度を向上させるための重要なツールです。

まず、案内メールを通じてイベントの魅力をしっかりと伝えることが重要であり、イベントの目的を明確にし、参加者にとって有益であることをしっかりと伝え、イベント当日に向けてのモチベーションを高める内容を心掛けましょう。

また、メール内容は簡潔で読みやすく、必要な情報が一目でわかるように工夫することが求められ、視覚的な要素や親しみやすいトーンを取り入れることで、参加者との距離を縮めることができます。

さらに、参加者のニーズや関心に応じたパーソナライズされたメッセージを送ることも効果的であり、例えば、過去の参加履歴や興味を基にした推奨セッションの案内など、個別対応の要素を加えることで、特別感を演出し、参加者のエンゲージメントを高めることができます。

また、リマインドメールやフォローメールを適切に活用することで、イベント前後の参加者の関与を維持し、次回の参加意欲を高めることが可能です。

最終的には、イベントを通じて得られたフィードバックを次回に活かし、継続的に改善を図ることが重要です。

これにより、参加者にとってより価値のあるイベント体験を提供し続けることができます。

このように、細部にまで配慮したメールコミュニケーションで参加者満足度を向上させ、イベントの成功につなげましょう。



本資料に関するお問い合わせ

株式会社セミナーインフォ

〒102-0074

東京都千代田区九段南2-2-3 九段プラザビル5F

株式会社セミナーインフォ

セールスマーケティングユニット

sales_contact@seminar-info.jp

お問合せリンク <https://service.seminar-info.jp/contact>