

8 نکته برای موفقیت در بازاریابی ایمیلی



نویسنده: مهران منصوری فر

در این مقاله به آموزش ۸ نکته در هنگام ایمیل مارکتینگ خواهیم پرداخت، با رعایت این نکات می توانید بازاریابی ایمیلی خود را هدفمند کنید و نتیجه بهتری از آن دریافت کنید.

اگر می خواهید در یک مدت زمان کوتاه و با کمترین هزینه، برند خود را معروف تر و شناخته شده تر کنید باید توجه ویژه ای به بازاریابی از طریق ایمیل داشته باشید. بازاریابی با ایمیل یکی از قدرتمندترین ابزار بازاریابی آن هم با سود دهی بالا است به خصوص زمانی که آن را با دیگر کانال های (راه های) بازاریابی مقایسه کنید. مهم ترین مزایای بازاریابی از طریق ایمیل قیمت مؤثر و مفید آن (کاهش هزینه) است که با بودجه بسیار منطقی می تواند شهرت یک برند را افزایش دهد.

[بیشتر بخوانید: چطور با کمک بازاریابی ایمیلی برند خود را مطرح کنیم؟](#)

مهم ترین مزیت ایمیل مارکتینگ ارتباط مستقیم است که باعث می شود با ایمیل زدن به صورت گروهی، بسیاری از افراد را آگاه و مطلع کرد. حجم بسیار زیاد از ایمیل های ارسالی می توانند نیازهای دو طیف مشتریان و فروشندگان را پوشش دهند.

به عنوان مثال خبرنامه ها شما را از محصولات و تولیدات جدید آگاه می کنند. بنابراین شما می توانید از این طریق به کسب و کار و تجارت خود اعتبار ببخشید. به علاوه این که اگر پیام شما هوشمندانه ایجاد شود و به درستی بوسیله گذاشتن لینک در پیام ها به سایت شما اتصال پیدا کند، باعث افزایش فروش شما نیز می شود.



بعد از تکمیل کار خود، می توانید اندازه گیری و محاسبه کنید که کدام کمپین بهترین عملکرد و کدام یک ضعیف ترین عملکرد را داشته است. در نهایت می توانید از طریق Google Analytics به تحلیل رفتار مخاطبان بپردازید.

رازهای موفقیت: اگر می خواهید در یک رقابت موفق شوید به نکات مهم زیر توجه کنید:

۱. موضوع گیرنده و جذاب:

برای داشتن یک بازاریابی با ایمیل موفق باید موضوع شما جالب و جذاب باشد تا توجه طرف مقابل به ایمیل شما جلب شود و آن را بخواند. با خودتان فکر کنید چه موضوعاتی می تواند برای مخاطب شما جذابیت داشته باشد. موضوع ایمیلتان باید سر راست باشد و مطلب داخل ایمیل را در چند کلمه بیان کند.

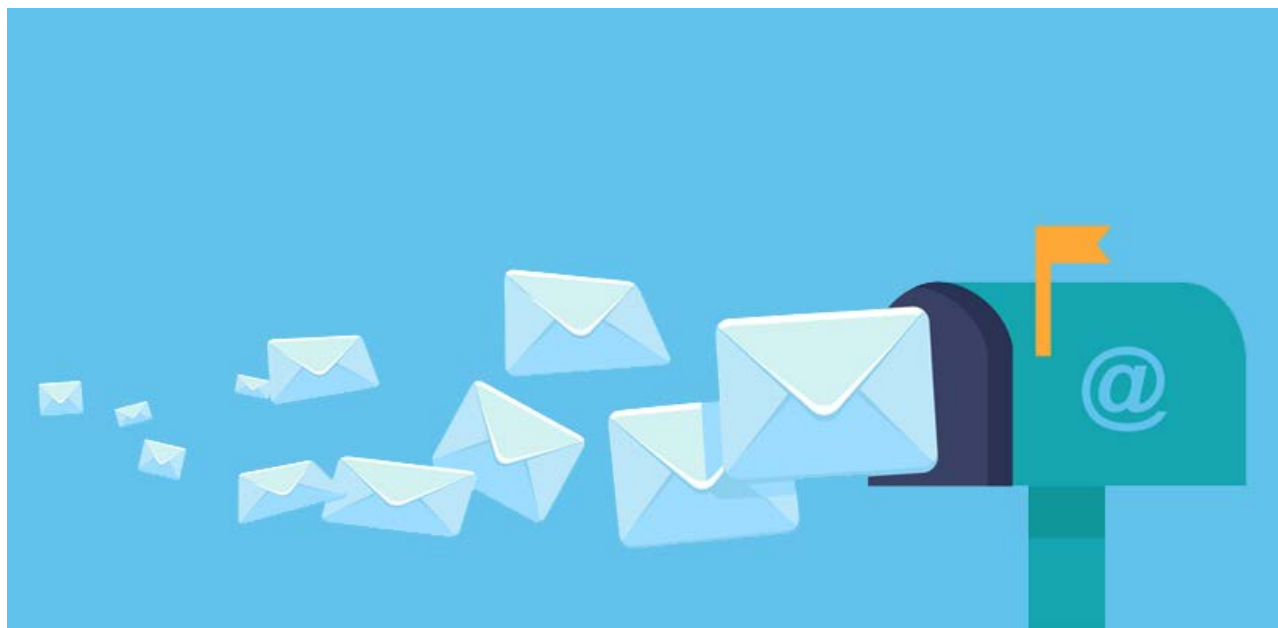
۲. جای دادن URL ها:

مسئله دیگری که باید به آن توجه کنید اضافه کردن لینک ها به ایمیلتان

است. چون می تواند شانس شما را برای هدایت اعضای سایت تان به سمت محصولات و خدمات شما افزایش دهد. از کلیدواژه های هدفمند برای لینک ها استفاده کنید.

۳. طبقه بندی اطلاعات:

وقتی ایمیلی را ارسال می کنید باید گزارشات آن را دقیق مشاهده نمایید و افراد را بر اساس آن گزارشات طبقه بندی کنید، بدین وسیله شما می توانید به راحتی لیست مخاطبان خود را طبقه بندی کنید تا بتوانید تمرکزتان را بیشتر روی گروه هدف بگذارید.



۴. اهمیت موبایل در چک کردن ایمیل:

موبایل یکی از پر مصرف ترین وسایل برای انجام کارهای مختلف است. از جمله چک کردن ایمیل. آمارها نشان می دهد ۶۵٪ ایمیل ها ابتدا با موبایل توسط مردم چک می شود. پس در این رقابت به موبایل توجه بیشتری داشته باشید و از آن کمک بگیرید.

این نکته را در نظر داشته باشید که اگر ایمیل های شما در موبایل به درستی نمایش داده نشود حدودا ۶۵٪ افراد را از دست خواهید داد!

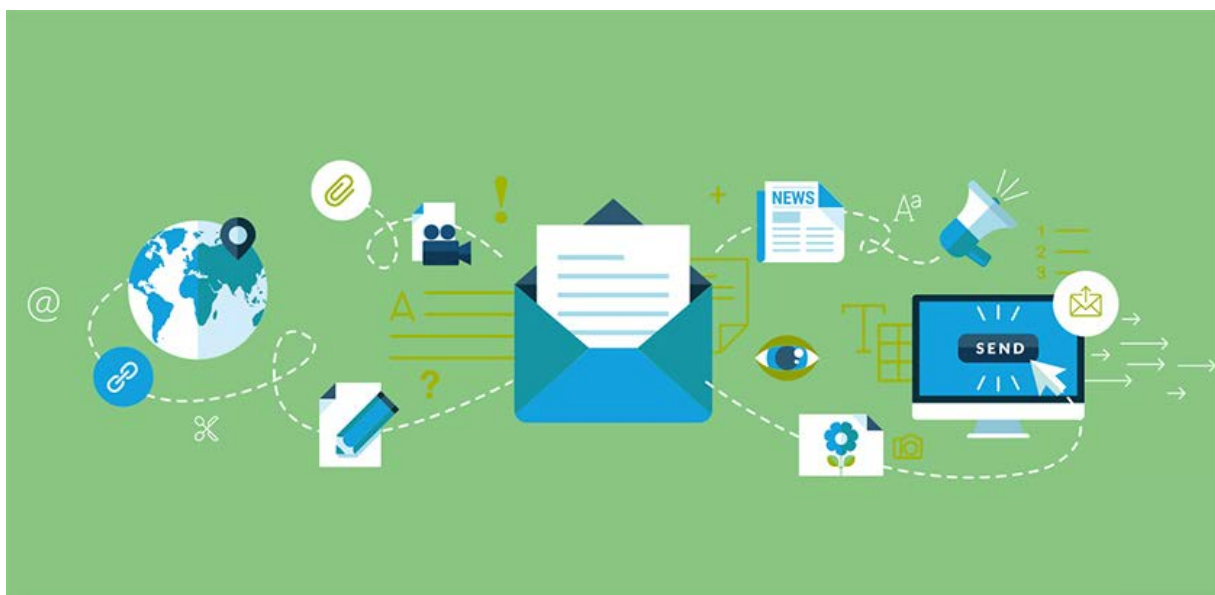
۵. دوستانه رفتار کنید:

برای یک رابطه بهتر شما باید ایمیل تان را کمی دوستانه تر و شخصی تر کنید تا رابطه دوستانه تری با مصرف کننده های جدید و آینده خود داشته باشید. اگر می توانید از سرویس هایی استفاده کنید که نام کاربران شما را در ایمیل نمایش می دهند و ایمیل ها را شخصی تر کنید.

۶. تست A/B :

این تست کمک می کند تا تصور و شناخت بهتری نسبت به مصرف کننده و مشتری خود پیدا کنید. شما می توانید این کار را با موضوع ایمیل، اسم یا محتویات ایمیل امتحان کنید. این کار به شما کمک می کند که در ایمیل زدن پیشرفت کنید و در دفعات بعدی بهتر عمل کنید.

برای کسب اطلاعات بیشتر در خصوص A/B تست می توانید این مطلب را مطالعه کنید: [۶ نکته مهم در ایمیل مارکتینگ حرفه ای](#)



۷. نسخه پشتیبانی Non-HTML :

اگر ایمیلتان نسخه پشتیبانی بدون HTML داشته باشد کاربران می دانند که

ایمیل شما بدون قالب HTML نیز نمایش داده می شود، در غیر این صورت به جای پیام شما کد پشتیبانی HTML را می بینند. منظور این است که اگر از قالب های HTML استفاده می کنید یا کدهای HTML در ایمیل تان به کار برده اید باید یک نسخه متن خام هم داشته باشید که اگر بیننده ایمیل شما را با سرویسی مشاهده کرد که قابلیت نمایش کدهای HTML را نداشت بتواند نسخه خام آن را مشاهده کند و با حجم زیادی از کدها مواجه نشود. معمولا اکثر سرویس های ایمیل مارکتینگ این امکان را برای شما فراهم می کنند که بتوانید نسخه متن خام را به طور مجزا برای ایمیل خود در نظر بگیرید.

۸. متن ایمیل های قبلی خود را آرشیو کنید:

یکی از نکات بسیار مهم این است که متن ایمیل های قبل خود را آرشیو کنید و به صورت آنلاین در دسترس قرار دهید. می توانید تمام ایمیل های قبلی خود را در مکانی جمع آوری کنید و از آن ها یک کتابخانه پر از اطلاعات بسازید. در این صورت کاربران زیادی از آن ها برای دستیابی به سؤالاتشان استفاده می کنند و اگر این ایمیل های آرشیو شده مؤثر واقع شوند، بدون تردید تشویق مناسبی برای کاربران می شوند تا در نسخه جدید خبرنامه شما عضو شوند.

نتیجه گیری:

به طور خلاصه برای بار دیگر اهمیت ایمیل را به شما می گوئیم. ایمیل ها قابل محاسبه و اندازه گیری هستند، بسیار آسان به اشتراک گذاشته می شوند، قابلیت ارسال های گروهی و اطلاع رسانی های خیلی سریع در ۲۴ ساعت روز را دارند، برای اهداف مشخص عالی هستند و از همه مهمتر بسیار آسان و کاربردی و مفهومی می باشند. با ایجاد پیام های پر محتوا و البته مختصر و مفید می توانید از ایمیل ها به عنوان ابزاری بی نظیر برای رونق بخشیدن به تجارت خود استفاده کنید.