

بازاریابی با ایمیل دقیقا به چه معناست؟



نویسنده: مهران منصوری فر

در این مقاله به نکاتی اشاره می‌شود که معنی دقیقی از بازاریابی ایمیلی یا ایمیل مارکتینگ را توصیف می‌کند و موارد نادرستی که به اشتباه با این نام معرفی می‌شوند را نیز بررسی خواهیم کرد.

بازاریابی با ایمیل یا همان ایمیل مارکتینگ امروزه به‌عنوان بهترین روش برای حفظ ارتباط با مخاطبین می‌باشد، اما تفاوت زیادی میان روش‌های ارسال ایمیل که اکنون در بسیاری از سایت‌ها دیده می‌شود با روش صحیح بازاریابی ایمیلی وجود دارد.

### بازاریابی ایمیلی چیست؟

به‌طور خلاصه می‌توان بازاریابی ایمیلی را این‌گونه تعریف کرد: ساخت لیستی از مخاطبین علاقه‌مند به موضوع فعالیت شما به‌طوری‌که آن افراد با میل خودشان در آن لیست عضو شوند و ایمیلشان را در اختیار شما قرار بدهند و سپس شما در بازه‌های زمانی مناسب خدمات و پیشنهادهای بعدی خودتان در همان زمینه تخصصی را از طریق ایمیل به آن افراد اطلاع دهید و هر زمان که تمایل به دریافت ایمیل‌های شما را نداشته‌اند بتوانند با لغو عضویت از خبرنامه خارج شوند.

اگر شما به این روش عمل کنید باعث می‌شوید که مخاطب به شما اعتماد کند و با خیال راحت ارتباط خودش با شما را ادامه دهد. این موضوع هم به نفع شماست و هم به نفع مخاطب، شما می‌توانید همیشه با مخاطبین خود در ارتباط باشید و مخاطب شما نیز از آخرین فعالیت‌ها و خدمات شما آگاه می‌شود.

در هنگام دریافت ایمیل از افراد، حتماً به این نکته اشاره کنید که اطلاعات آن‌ها نزد شما محفوظ است و هیچ‌گونه استفاده نادرستی از آن‌ها نخواهید کرد و آن اطلاعات را در اختیار اشخاص دیگر نیز قرار نخواهید داد.

همین موضوع باعث اعتماد به مخاطب شده و از اینجا به بعد فقط وظیفه شما حفظ این اعتماد و ارتباط مستقیم با مخاطبین خودتان برای ارائه خدمات و افزایش فروش از طریق بازاریابی ایمیلی می‌باشد.



بیشتر بخوانید: ۳ دلیل که مردم ایمیل های شما را نادیده می گیرند؟

### بازاریابی ایمیلی چه چیزی نیست؟

برخلاف آنچه در بالا گفته شد با یک جستجوی سریع در گوگل متوجه می شوید که وب سایت های زیادی وجود دارند که خدمات ارسال ایمیل های انبوه را با نام ایمیل مارکتینگ ارائه می دهند! ارسال ایمیل های انبوه به تعداد زیادی ایمیل خدماتی است که در دنیا با نام spamming معروف است. Spamming به معنی جمع آوری فهرست های انبوه ایمیل از بستر وب و ارسال ایمیل های ناخواسته به آن لیست است. مشکلات بزرگی در این روش وجود دارد و مهم ترین آن ها بدنام شدن برندی است که از این طریق تبلیغات می کند.

به طور معمول لیست ایمیل های جمع آوری شده برای ارسال هرزنامه (هرزنامه به ایمیل هایی گفته می شود که به صورت ناخواسته به افراد ارسال می گردد) از طریق جستجوی ربات ها در وب سایت های مختلف تکمیل می گردد و هیچ یک از صاحبان ایمیل ها تمایلی به عضویت در گروه های ارسال هرزنامه

ندارند، همین موضوع باعث می‌شود که پس از مشاهده آن ایمیل اقدام به اسپم کردن و یا پاک کردن ایمیل‌ها کنند.

البته قبل از اینکه افراد این ایمیل‌ها را مشاهده کنند معمولاً سیستم‌های ارائه‌دهنده ایمیل مانند یاهو و جیمیل متوجه اسپم بودن ایمیل‌ها شده و آن‌ها را به پوشه اسپم منتقل می‌کنند.

حتماً برایتان سؤال شده است که با این حال چرا باز هم ارسال هرزنامه ادامه دارد و افراد به ارسال ایمیل‌های ناخواسته ادامه می‌دهند؟

پاسخ واضح است، در میان ایمیل‌های ارسالی تعدادی از آن ایمیل‌ها هم توسط افراد باز می‌شوند و حتی ممکن است برای آن‌ها جذابیتی داشته باشد که منجر به کلیک روی لینک‌های مربوطه نیز بشود اما این درصد خیلی کمی از افراد را شامل می‌شود و دیگر افراد فقط شمارا یک فرد یا برند نامعتبر تصور کرده و همیشه در ذهنشان این‌گونه باقی خواهید ماند.

هنگامی که می‌خواهید محبوبیت کسب‌وکار اینترنتی خود را با ارسال ایمیل افزایش دهید مراقب باشید که در دام افرادی که هرزنامه ارسال می‌کنند گرفتار نشوید و از روش‌های صحیح ایمیل مارکتینگ استفاده نمایید تا بتوانید همیشه کسب‌وکار خود را زنده نگه‌دارید و یک ارتباط مستقیم و پایدار با مخاطبین واقعی خودتان داشته باشید.