



۴ دلیل لغو عضویت ایمیلی

اگر شما زمان زیادی برای تهیه یک فهرست ایمیل صرف کرده‌اید احتمالاً هر روز می‌بینید که چندین نفر از مشترکین خود را از دست می‌دهید. شما کار اشتباهی انجام نداده‌اید، این طبیعی و رایج است؛ اما اگر در یک زمان تعداد بسیار زیادی از آن‌ها را از دست می‌دهید احتمالاً یک اشتباه ساده در بازاریابی ایمیلی خود انجام داده‌اید. در زیر به چند دلیل این امر و راه‌حل آن اشاره می‌کنیم:

۱. شما ایمیل‌های بسیار زیادی ارسال می‌کنید

متأسفم اما هیچ کس نمی‌خواهد با یک شرکت سمج ارتباطی برقرار کند. اگر شما یک ایمیل را هر روز یا بدتر اینکه چند بار در روز برای مشترکین‌تان ارسال کنید، خیلی سریع آن‌ها را آزرده‌خاطر می‌کنید. صندوق‌های پستی پر شده با ایمیل، روش مطمئنی برای از دست دادن مشترکین است.

راه حل:

هیچ عدد مشخصی برای تعداد ایمیل‌هایی که باید برای مشترکین بفرستید وجود ندارد. این در واقع به نوع مکاتبه ارسالی شما بستگی دارد. وقتی مردم عضو یک خبرنامه ماهانه می‌شوند، انتظار دارند تنها یک ایمیل در ماه دریافت کنند. اما اگر به عضویت یک نسخه آزمایشی رایگان از محصول شما درآمده‌اند یا برای دریافت محتوای مرتبط با علایقشان اشتراک گرفته‌اند، ارسال دو تا سه ایمیل در هفته قابل قبول است.

۲. ایمیل‌های شما از نظر بصری جذاب نیستند

مشترکین شما طوماری از مطالب را در ایمیل شما نمی‌خوانند، بنابراین اگر آن‌ها را دریافت کنند و به نظر آن‌ها طولانی و زشت بیایند آن‌ها دکمه لغو اشتراک را خواهند زد. در عوض شما باید ایمیل‌های خود را از نظر بصری جذاب کنید. صرفاً منظور این نیست که از رنگ‌های مطرح، لوگو و تصاویر خیره‌کننده استفاده کنید. شما همچنین باید مطمئن شوید که ایمیل‌های شما برای داشتن ظاهری خوب و متفاوت در به نظر رسیدن در مرورگرها و روی موبایل بهینه شده‌اند.

راه حل:

شما برای جذاب کردن ایمیل‌های خود نیازی به گرافیک نیست ندارید. از قالب‌هایی که توسط سرویس‌های بازاریابی ایمیل مانند میل چیمپ یا میلرلایت پیشنهاد می‌شوند استفاده کنید. با استفاده از این قالب‌ها، می‌توانید به راحتی لوگوی شرکت خود را وارد قالب کنید و تصاویر جذابی که خواننده‌ها را تحت تاثیر بگذارد و آن‌ها را علاقه‌مند کند در آن قرار دهید. علاوه بر این تمامی قالب‌ها به منظور دیده شدن در موبایل، تبلت و دسکتاپ طراحی شده‌اند.

۳. عنوان‌های شما فراموش شدنی هستند

مشترکین شما اولین برداشت را از عنوان شما خواهند داشت. در واقع ۳۵ درصد از دریافت کنندگان ایمیل در یک تحقیق به عمل آمده گفته‌اند، آن‌ها ایمیل‌ها را تنها بر اساس عنوان باز می‌کنند. اگر عنوان‌های شما حس کنجکاوی و هیجان مشترکین‌تان را تحریک نکنند، ایمیل‌های شما باز نشده در صندوق آن‌ها باقی خواهند ماند یا بدون اینکه خوانده شوند پاک می‌شوند.

وقتی مردم می‌بینند هیچ‌وقت به ایمیل‌ها و عنوان‌های شما علاقه‌ای ندارند، در نهایت متوجه خواهند شد هیچ وجه اشتراکی با شما ندارند.

راه‌حل:

برای نوشتن یک عنوان جذاب به منظور ترغیب مشترکین برای باز کردن ایمیل این است که آن را کوتاه و خوشایند کنید. بنابراین می‌توانید از نام مشترک در عنوان برای جلب توجه مشترکین استفاده کنید.

۴. مشترکین آنچه را که برای آن عضو شده‌اند دریافت نمی‌کنند

اگر شما به منظور دریافت آخرین پروموشن‌های مد مردانه در یک فهرست ایمیل عضو شده‌اید و ایمیل‌هایی که در صندوق پستی خود دریافت می‌کنید همگی درباره مد زنانه باشند، آیا در عضویت آن باقی می‌مانید؟ مشترکینی که ایمیل‌های کاملاً غیرمرتبط با آنچه مد نظرشان بوده دریافت می‌کنند به سرعت اشتراک خود را لغو خواهند کرد، زیرا احساس می‌کنند به آن‌ها ارزش داده نشده است. آدیداس از ارسال ایمیل‌های غیرمرتبط برای مشترکین خود خودداری می‌کند و پیام‌های تبلیغاتی خود را بر اساس مشتریان مرد و زن خود تفکیک می‌کند.

راه‌حل:

هر کدام از مشترکین شما یک فرد منحصر به فرد با نیازهایی متفاوت است، پس یک پیام را به همه ارسال نکنید. ایمیل‌های خود را به بخش‌های مختلف تقسیم کنید، به

نحوی که بتوانید به مشترکین آنچه را که دقیقاً می‌خواهند ارائه دهید. شما می‌توانید با استفاده از یک سرویس بازاریابی ایمیل فهرست‌های خود بر اساس جنس، محل، مشترکین جدید یا غیرفعال و سابقه خرید تفکیک کنید. این تقسیم‌بندی به شما کمک خواهد کرد تا پیام‌های بازاریابی خود را به نحوی مناسب برای مشترکین ارسال کنید.