



۷ ترند برای افزایش نرخ باز شدن ایمیل‌ها

یکی از اصلی‌ترین راه‌های کسب درآمد سایت ایمیل مارکتینگ است. ایمیل مارکتینگ به معنای ارسال ایمیل‌های پیوسته و متوالی به افرادی است که خودشان نسبت به محصولات ما ابراز علاقه می‌کنند و ایمیلشان را به ما می‌دهند.

بازاریابی اینترنتی به طور خلاصه: جمع‌آوری ایمیل از طریق سایت و ارسال پیشنهادات جذاب برای همان افراد است. ابتدا بیا باید دیدگاهی واقع‌بینانه از ایمیل مارکتینگ در ایران داشته باشیم. بسیاری از افراد بیش از حد خوش‌بین هستند و مثلاً می‌گویند: می‌خواهم به یک میلیون نفر ایمیل بفرستم و اگر یک‌سوم آن‌ها بخرند من میلیارد می‌شوم! ولی در دنیای واقعی هیچ‌گاه چنین اتفاقاتی نمی‌افتد. اولین نکته آن است که در ایمیل مارکتینگ فقط به افرادی ایمیل می‌فرستیم که خودشان با سایت ما آشنا شده‌اند و ایمیلشان را در اختیار سایت قرار داده‌اند. نکته دوم نرخ باز شدن و کلیک شدن ایمیل‌ها است.

آمار واقع بینانه

این آمار در مورد افرادی است که عضو سایت هستند. اولین نکته اینکه نرخ باز شدن ایمیل‌ها در ایران بسیار بالاتر از کشورهایمانند آمریکا است. نرخ باز شدن ایمیل در ایران حدود ۲۰ تا ۳۰ درصد است. البته توجه کنید درباره سایت‌هایی صحبت می‌کنیم که ایمیل مارکتینگ را اصولی انجام می‌دهند، یعنی کاری می‌کنند که بازدیدکنندگان با میل خودشان و اغلب برای دریافت فایلی رایگان ایمیلشان را در اختیار سایت قرار دهند.

موضوع فقط باز شدن ایمیل نیست. قدم بعد آن است که کاربر ایمیل را بخواند و بر لینک داخل ایمیل کلیک کند و به سایت هدایت شود. اینجا بهتر است تعریف دیگری از ایمیل ارائه بدهم. ایمیل تبلیغ یک صفحه از سایت ما است!

یعنی کار ایمیل، رساندن مخاطب به یک صفحه خاص از سایت ما است. ایمیل جای فروش محصولات و ... نیست. اگر بتوانیم مخاطب را آنقدر ترغیب کنیم تا ایمیل ما را باز کند و سپس بر لینک داخل ایمیل کلیک کند و وارد صفحه‌ای از سایت شود، کارمان عالی بوده و به هدف خود رسیده‌ایم. گام‌های بعدی مثل خرید در سایت اتفاق می‌افتد.

نرخ ورود از ایمیل به سایت حدود ۵۰ درصد است، یعنی نصف افرادی که ایمیل را باز می‌کنند بر آن کلیک می‌کنند و وارد سایت می‌شوند؛ بنابراین اگر به ۱۰۰۰ نفر از اعضای سایت ایمیل بفرستیم احتمالاً ۳۰۰ نفر ایمیل را باز می‌کنند و ۷۰۰ نفر حذف می‌شوند از این ۳۰۰ نفر حدود ۱۵۰ نفر وارد صفحه سایت می‌شوند.

چرا ۷۰۰ نفر ایمیل شما را باز نمی‌کنند؟ دلایل مختلفی می‌تواند باعث این اتفاق شود؛ مثلاً ایمیل شما را ندیده‌اند چون در ساعت نامناسبی فرستاده‌اید. شما ایمیل فرستاده‌اید و صندوق ایمیل‌های مخاطب قبل از باز شدن با صدها ایمیل دیگر پر شده و ایمیل شما به صفحات بعد هدایت شده و دیده نشده است. موضوع دیگر جذابیت ایمیل است. شاید نام فرستنده برای مخاطب آشنا نیست یا موضوع ایمیل طوری نیست که مخاطب را ترغیب به باز کردن ایمیل کند.

چگونه موضوع ایمیل را طوری انتخاب کنیم تا ایمیل باز شود؟

۱. اعداد خاص

اگر در موضوع ایمیل از اعداد خاص استفاده شود نرخ باز شدن ایمیل‌ها افزایش پیدا می‌کند؛ مثلاً مدت زمان فیلمی که به‌صورت ایمیل برای تبلیغات فرستاده شده را در موضوع ایمیل بنویسید. شاید مهم‌ترین عامل باز شدن ایمیل کنجکاوی افراد باشد. به کارگیری اعداد خاص کنجکاوی مخاطبان را بیشتر می‌کند.

دانلود فیلم ۱۰:۵۹ دقیقه‌ای

فقط تا ساعت ۱۴:۱۳ فرصت دارید

اشتباه صبحگاهی مدیران

۲. جمله سوالی

فرض کنید برای اعضای سایتتان فرد مطرحی هستید و در subject ایمیلتان از چنین سوالی استفاده کنید: «آیا حاضرید به من کمک کنید؟» نرخ باز شدن ایمیل افزایش پیدا می‌کند. ایمیل‌هایی که موضوعش مخاطب را زیر سوال می‌برد بسیار بیشتر باز می‌شود. چند مثال:

هنوز فیلم رایگان مرا ندیدید؟

چرا این کار را کردید؟

آیا فکر نمی‌کنید دارد دیر می‌شود؟

۳. درصد

درصد نیز اگر عدد خاصی باشد باعث باز شدن بیشتر ایمیل‌ها می‌شود. چند مثال:
اشتباه بزرگی که ۸۹ درصد فروشندگان انجام می‌دهند
شما جزء ۴ درصد برتر مدیران هستید، زیرا ...

۴. ویدیو (فیلم)

استفاده از کلمه فیلم یا ویدیو در موضوع ایمیل نرخ باز شدن ایمیل را بالا می‌برد.

طی تحقیقاتی در این زمینه به این نتیجه رسیدیم که زمانی که در ایمیل نام فیلم یا ویدئو با واژه رایگان همراه می‌شود نرخ باز شدن کاهش پیدا می‌کند، زیرا افراد احساس می‌کنند که موضوع بی‌ارزشی است. البته این موضوع در مورد افرادی است که شما را به خوبی نمی‌شناسند، نه در مورد مشتریان و اعضای وفادار سایت.

۵. نام شخصی فرد

استفاده از نام دریافت‌کننده ایمیل در موضوع ایمیل تقریباً امکان باز شدن ایمیل را تضمین می‌کند!

۶. ارتباط با اتفاقات و رویدادها

یک روز صبح به محل کار آمدم و می‌خواستم برای اعضا ایمیل بفرستم. از پنجره روبه‌رو دیدم برف شروع به باریدن گرفت. باریدن برف در تهران به یک پدیده تبدیل شده است. خوشحالی بارش برف باعث شد تصمیم بگیرم موضوع ایمیل را به مربوط به فروش یک محصول آموزشی بود عوض کنم و به این جمله تغییر بدهم: روز برفی. در اولین جمله متن ایمیل هم نوشته بود: بالاخره در تهران برف بارید و در این روز زیبای برفی می‌توانید آموزش ... را تهیه کنید و به یادگیری پردازید. این ایمیل یکی از بهترین ایمیل‌ها از نظر باز شدن شد.

فرض کنید زمان بازی‌های جام جهانی است و کار ما هم هیچ ربطی به جام جهانی ندارد. کافی است در موضوع ایمیل به نحوی به جام جهانی اشاره کنیم. ما همین روش در را در سایت مدیرسبز آزمایش کردیم و نتیجه آن بالاترین نرخ باز شدن ایمیل در سال بود. موضوع ایمیل این‌طور بود: رایگان به مناسبت بازی ایران و آرژانتین!

۷. فرض اعتبار

یکی از روش‌های بسیار رایج در تبلیغات قرض اعتبار نام دارد. فرض کنید خودمان و برندمان در حدی معروف نیستیم که مخاطبان با دیدن ایمیل ما ذوقزده شوند و بخواهند ببینند چه برایشان فرستاده‌ایم. در این حالت می‌توانیم از روش قرض اعتبار استفاده کنیم. در این روش ابتدا تحقیق می‌کنیم تا دریابیم بازار هدف ما یا مخاطبان ما به چه کسانی یا برندهایی علاقه فراوان دارند و مطالب مربوط به آن‌ها را پیگیری

می‌کنند. سپس در موضوع ایمیل به این افراد یا برندها می‌پردازیم. چند مثال:
استیو جایز اشتباه می‌کرد!
شرکت گوگل چگونه استخدام می‌کند؟
صبحانه بازیکنان تیم ملی ایران

ترکیب روش‌ها

گاهی برای افزایش اثرگذاری عنوان ایمیل می‌توانید چند مورد را در یک عنوان هم‌زمان استفاده کنید.
مثلاً: گوگل امروز ساعت ۱۰:۳۲ چه تصمیمی گرفت؟
مثلاً جمله بالا ترکیب روش‌های ۱،۲ و ۷ است.
آخرین و مهم‌ترین نکته آن است که ایمیل مارکتینگ و بازاریابی اینترنتی به سعی و خطا نیاز دارد. شما مدام باید در حال آزمودن ایده‌ها و سنجش نتایج باشید تا در کار خاص خودتان به بهترین نتایج ممکن برسید.