



۵ روش پیشرفته جذب ایمیل در سایت

۵ روش پیشرفته جذب ایمیل بدون صفحه فرود!

در این ویدیوی آموزش دیجیتال مارکتینگ، ژان بقوسیان مدرس دوره «**دیجیتال مارکتینگ واقعی**» به شما آموزش می‌دهد چگونه با روش‌های پیشرفته ایمیل مارکتینگ، ایمیل بازدیدکنندگان سایت را دریافت کنید.

امروزه بازدیدکنندگان سایت خیلی سخت‌گیرتر شده‌اند و به راحتی ایمیل خودشان را در سایت وارد نمی‌کنند. روش کلاسیک جذب ایمیل آن است که یک صفحه فرود بسازیم. بازدیدکننده در صفحه فرود با یک پیشنهاد جذاب مواجه می‌شود که اگر ایمیل را وارد کند می‌تواند این پیشنهاد را دریافت کند؛ مثلاً به او می‌گوییم پس از ورود ایمیل می‌تواند فایلی را به صورت رایگان دانلود کند.

در این آموزش نمی‌خواهیم به این بدیهیات پردازیم. در این ویدیو به ۵ روش پیشرفته جذب ایمیل می‌پردازیم که بخشی از دوره جدید «**دیجیتال مارکتینگ واقعی**» است. به شما یاد می‌دهیم بدون ساختن صفحه فرود سنتی ایمیل‌های زیادی جمع‌آوری کنید.

با یک آموزش بسیار پیشرفته در خدمت شما هستیم و می‌خواهیم در مورد ۵ روش جذب ایمیل صحبت کنم.

در واقع می‌خواهیم بگوییم که وقتی بازدیدکننده‌ای به وبسایت شما می‌آید چگونه می‌توانید ایمیل او را دریافت کنید. همچنین حتما می‌دانید که روش رایج و کلیشه‌ای این است که مخاطب را به یک صفحه فرود هدایت می‌کنیم که احتمالاً در آن صفحه فرود یک هدیه یا PDF قرار می‌دهیم و از مخاطب می‌خواهیم که ایمیل خود را وارد کند تا بتواند آن فایل را دانلود کند.

ولی این آموزش در مورد ساختن صفحه فرود یا ایده‌ای که گفته شد نیست. در این مقاله می‌خواهیم روش‌های پیشرفته‌تری را بگوییم که باعث شود بتوانید conversion rate بالاتری ایجاد کنید؛ یعنی بتوانید تعداد خیلی بیشتری را ترغیب کنید که ایمیل خود را به شما بدهند.

اکنون دیگر همه می‌دانند که وقتی به یک صفحه فرود هدایت می‌شوند که در آن فایلی برای دانلود وجود دارد و باید ایمیل خود را بدهند، در آینده تعداد بسیاری ایمیل و تبلیغات دریافت خواهند کرد و خیلی از افراد، دیگر به راحتی ایمیل خود را به شما نمی‌دهند؛ به این دلیل که واقعا نمی‌دانند که آن فایل PDF یا هدیه‌ای که شما پشت این صفحه گذاشته‌اید کیفیت مناسب را دارد یا خیر؟

قبل از اینکه وارد موضوع شوم به شما توصیه می‌کنم که اگر فیلم آموزشی قبلی به نام «دیجیتال مارکتینگ در یک ساعت» را ندیده‌اید، حتما این ویدیو را از آدرس modiresabz.com/dm دانلود کنید و این فیلم کامل را ببینید تا با مدل جدید دیجیتال مارکتینگ آشنا شوید که شامل ۴ بخش است و سپس می‌توانید آمادگی بیشتری داشته باشید که از این مقاله استفاده کنید.

بنابراین در مدل جدید دیجیتال مارکتینگ که در ویدیوی یک‌ساعته توضیح داده‌ام گفته شد که کل دیجیتال مارکتینگ در ۴ کار کلیدی خلاصه می‌شود. اولین کار جذب بود؛ یعنی ترافیک ایجاد کنیم و افرادی را به وبسایتمان هدایت کنیم، دومین کار فعال‌سازی بود؛ یعنی بتوانیم اطلاعات تماس این افراد را بگیریم، سومین کار پولسازی

بود؛ یعنی بتوانیم کاری کنیم که افراد خرید خود یا اولین خریدشان را انجام دهند و چهارمین کار حفظ یا retention بود؛ یعنی کاری کنیم که اگر کسی یک بار خرید کرد از سایت ما دور نشود و بارها بیاید و خریدهای بعدی خود را انجام دهد.

در این مقاله انحصاری و خاص فقط می‌خواهم در مورد ۵ روش activation یا فعال‌سازی صحبت کنم؛ یعنی با ۵ روش ببینیم که چگونه می‌توانیم ایمیل بازدیدکنندگان سایت را دریافت کنیم.

۱. مگاپست + ویدیو

اولین ایده این است که یک مگاپست درست کنیم و وقتی شخص می‌خواهد از صفحه مگاپست خارج شود ویدیویی پیشنهاد کنیم که برای دانلود آن ویدیو شخص ایمیل خود را به ما بدهد؛ بنابراین ابتدا یک مگاپست درست می‌کنیم.

مگاپست، به یک مقاله خیلی پایه‌ای و طولانی و مرجع گفته می‌شود که تقریباً هر چیزی که در یک حوزه خاص وجود دارد را در آن نوشته‌ایم.

مثلاً فرض کنید مگاپست می‌تواند راهنمای خرید کامل موبایل باشد، در آن مقاله که خیلی مفصل است و احتمالاً شامل مطلب کافی و چند ویدیو، صوت و عکس‌هایی است، قدم‌به‌قدم توضیح می‌دهیم که در خرید یک موبایل حرفه‌ای شما باید چه نکاتی را رعایت کنید و باید چه مواردی را به آن توجه کنید و بهترین خرید را انجام دهید. به این نوع مقالات اصطلاحاً مگاپست گفته می‌شود؛ بنابراین مقالاتی هستند که مرجع هستند و اطلاعات خیلی زیادی در خودشان دارند و اگر دقیق‌تر می‌خواهید در مورد مگاپست و ساختن آن آموزش ببینید ویدیوی آن به نام «ساخت مگاپست» را از محصولات مدیر سبز تهیه کنید.

قدم بعدی این است که افراد را به مگاپست هدایت کنید و وقتی می‌خواهند که از صفحه مگاپست خارج شوند یک popup خروجی بیاید و به آن‌ها پیشنهاد دهد که علاوه بر اطلاعاتی که در اینجا نوشته شده است آیا نمی‌خواهید ویدیوی آموزشی که

شامل تمام اطلاعات مهم است را خیلی راحت و به صورت تصویری ببینید!

بنابراین اولین روشی که اکنون در ایمیل مارکتینگ بسیار مطرح است و می‌توانید ایمیل‌های زیادی را جمع کنید، ساخت یک مگاپست است که افراد را به این صفحه هدایت می‌کنید یا به هر نحوی از جستجوی گوگل به آنجا هدایت می‌شوند و وقتی می‌خواهند صفحه را ببندند یک popup ظاهر می‌شود و به آن‌ها پیشنهاد می‌دهد که ویدیویی دانلود کنید و این حالتی است که افراد خیلی زیادی حاضر می‌شوند به راحتی ایمیلشان را به شما بدهند و conversion rate خیلی بالایی در گرفتن ایمیل خواهید داشت.

مثلا اگر در گوگل کلمه «سیستم‌سازی» را سرچ کنید، مگاپستی که قبلا ساخته‌ام، به نام «سیستم‌سازی کسب‌وکار» ظاهر خواهد شد. زمانی که مخاطب دنبال علم سیستم‌سازی است ترغیب به کلیک کردن آن می‌شود تا با محتوای مقاله آشنا شود. در این مگاپست قدم به قدم درباره علم سیستم‌سازی صحبت شده است. اینکه سیستم‌سازی چیست؟ اجزای آن کدامند و ... که در هر بخش نیز عکس‌های انحصاری و ویدیوهای مرتبط نیز آورده شده است.

وجود چنین حجمی از مطالب باعث می‌شود که مخاطب در اولین بازدید به هیچ‌وجه تمامی آن را نخواند؛ ولی نکته مهم این است که احساس می‌کند یک منبع و مرجع بسیار باارزش پیدا کرده است؛ بنابراین ترجیح می‌دهد اطلاعاتی را ثبت کند و بعدا هم به این مطالب دسترسی داشته باشد.

حال فرض کنید شخص تا پایان مگاپست برسد و قصد خروج از سایت را داشته باشد. در این حالت، وقتی موس به سمت دکمه خروج می‌رود یک popup ظاهر خواهد شد که به بازدیدکننده که شاید اولین بار وارد سایت شده است پیشنهاد دانلود یک ویدیوی آموزشی ۹۰ دقیقه‌ای می‌دهد. این کار خیلی راحت افراد را ترغیب می‌کند که قبل از خروج آدرس ایمیل خود را وارد و ویدیوی رایگان را دانلود کنند.

بنابراین این اولین روشی بود که به کمک آن به راحتی می‌توانید ایمیل‌های زیادی را جذب کنید؛ یعنی مگاپستی درست می‌کنید و هنگام خروج یک popup نمایش

می‌دهید که پیشنهادمان ویدیوی مکمل همین مگاپست است.

۲. حفظ محتوا

دومین روش جمع‌آوری ایمیل بازدیدکنندگان، «حفظ محتوا» است. ایده حفظ محتوا این است که وقتی بازدیدکننده با مقاله خیلی عالی یا مطلب مفیدی برخورد می‌کند ترجیح می‌دهد که کاش این مطلب خوب را به صورت یک فایل یا شاید به صورت یک pdf در کامپیوتر یا موبایل خود ذخیره می‌کرد و بعدا سر فرصت از این محتوا استفاده می‌کرد.

بنابراین بسیاری از افرادی که به سایت ما می‌آیند و یک مقاله‌ای را می‌بینند احتمالاً در همان لحظه اول تا آخر مقاله را نمی‌خوانند و از صفحه خارج می‌شوند. حال اگر ما روشی را فراهم کنیم که شخص قبل از خارج شدن این امکان را داشته باشد که این مقاله یا محتوای خوب را برای خودش به صورت یک فایل نگهداری کند به احتمال زیاد حاضر خواهد شد ایمیلش را به ما بدهد.

فرق این روش با روش صفحه فرود یا landing page این است که می‌توان گفت این دو دقیقاً عکس هم هستند ما در landing page ابتدا به افراد می‌گوییم که هیچی به شما نمی‌دهیم و می‌خواهیم ایمیلشان را بدهند، سپس نشان می‌دهیم که محتوای ما چیست؛ ولی در این روش ابتدا محتوایمان را نشان می‌دهیم که شخص بخواند و اگر خوشش آمد می‌تواند ایمیل خود را وارد کند تا بتواند این محتواها را به صورت یک فایل در کامپیوتر خود ذخیره کند.

بنابراین ما در صفحه فرود در واقع به‌جای اینکه صرفاً دکمه بگذاریم و ایمیل بگیریم، محتوای خود را قرار می‌دهیم که برای این کار لازم نیست صفحه فرود خاصی طراحی کنیم؛ بلکه می‌تواند یکی از بهترین مقالات وب‌سایتمان باشد و سپس popup خروج قرار می‌دهیم یا popup exit intent قرار می‌دهیم که اگر شخص خواست صفحه را ببندد این popup ظاهر می‌شود و پیشنهاد می‌دهیم که محتوا را دانلود کنید.

مثلا اگر مجدد در قسمت سرچ گوگل بازاریابی با اینستاگرام را سرچ کنید مقاله‌ای از مدیر سبز برای شما می‌آورد که ۷ ترفند گفته‌ایم و وقتی شخص می‌خواهد از این صفحه خارج شود اتفاقی که می‌افتد این است که پیشنهادی به او داده می‌شود که آیا این مقاله را می‌خواهید و شخص کافی است که ایمیل خود را وارد کند و به محض زدن دکمه دانلود، دانلود فایل pdf این مقاله شروع می‌شود.

بنابراین در دومین روش ما ابتدا محتوا را نشان می‌دهیم و بعد به مخاطب پیشنهاد می‌دهیم چون این محتوا ارزشمند است، می‌توانید آن را در کامپیوتر خود حفظ کنید.

۳. قفل محتوا

به نظر من اکنون یکی از فوق‌العاده‌ترین و ساده‌ترین روش‌ها برای یک دیجیتال مارکتر این است که با کمک این ترفند بسیار ساده بتواند ایمیل‌های بسیار زیادی را جمع‌آوری کند.

ما ابتدا چند محتوای ارزشمند سایتمان را انتخاب می‌کنیم که منظور از محتوا می‌تواند مقاله یا... باشد؛ بنابراین یک صفحه خاصی از سایتمان را انتخاب می‌کنیم، ترجیحا صفحه‌ای که از گوگل ورودی زیادی دارد و سپس یک popup با تاخیری بر روی آن قرار می‌دهیم؛ مثلا وقتی مقاله باز شد بعد از ۲ یا ۳ ثانیه یک popup تمام صفحه‌ای بر روی تصویر می‌آید که این popup یک نکته بسیار ریز و کوچکی دارد و باعث می‌شود که افراد خیلی زیادی ایمیل خود را به شما بدهند. این popup اولاً تمام صفحه است و دوماً دکمه بستن یا خروج ندارد. به این ایده قفل محتوا می‌گوییم و پیشنهاد می‌شود که این مقاله خاص است و برای افراد ویژه و اعضای سایت ما است اگر شما هم می‌خواهید به این مقاله دسترسی داشته باشید کافی است که ایمیلتان را به ما بدهید تا همین الان دسترسی را برای شما باز کنیم و اگر شخص قبلاً وارد شده باشد به هیچ‌وجه هیچ قفل محتوایی اتفاق نمی‌افتد.

به نظر من این ایده در این ۵ روش جدیدی که گفته می‌شود فوق‌العاده است و نیازی

نیست که pdf یا فیلم درست کنید بلکه صرفا کافی است که یکی از مقالات خوب سایتتان را پیدا کنید و این popup را روی آن اضافه کنید و وقتی شخص ایمیل را وارد کرد دسترسی به مقاله داده می‌شود.

یک نمونه خوب در سایت مدیر سبز این است که مثلا در قسمت سرچ گوگل عبارت بازاریابی ۵ بعدی را سرچ کنید اگر مقاله را باز کنید و شروع به خواندن آن کنید اتفاقی که می‌افتد این است که یک popup تمام صفحه‌ای می‌آید که شخص برای مشاهده مقاله باید ایمیل خود را وارد کند.

بنابراین این سومین ایده عالی بود که به کمک آن می‌توانید به راحتی ایمیل‌های زیادی را جذب کنید.

کم‌کم می‌بینیم که تنها راه جمع کردن ایمیل صرفا این نیست که یک صفحه فرود درست کنید و یک pdf یا ویدیو در آن قرار دهید و ایمیل را بگیرید سپس دسترسی را بدهید می‌توانید کارهای بسیار خلاقانه‌تری انجام دهید.

۴. خودآزمایی

چهارمین ایده این است که ما خودآزمایی برگزار کنیم. خیلی از افراد به خودآزمایی و دیدن یک امتیاز یا دیدن نتیجه پاسخ‌هایشان خیلی تمایل بیشتری دارند تا دانلود یک محتوا.

مثلا فرض کنید شما یک محصولی درباره مدیریت ساخته‌اید و وقتی مخاطب وارد این صفحه محصول می‌شود و می‌خواهد خارج شود یک exit popup می‌آید و می‌گوید تا چه میزان مدیریت بلد هستید و بین ۱ تا ۱۰۰ امتیازتان در مدیریت چند است؟ اتفاقی که می‌افتد مخاطب ابتدا خودآزمایی را می‌بیند و به چند سوال جواب می‌دهد و بعد به او می‌گوییم که ایمیل خود را بدهید تا نتیجه را برایتان ارسال کنیم و وقتی شخص به پایان خودآزمایی رسیده است تمایزش خیلی بیشتر است که به راحتی ایمیل خود را وارد کند تا بتواند نتیجه را ببیند.

برای وردپرس و سایت‌سازهای دیگر پلاگین‌های زیادی وجود دارد مانند modal survey و... که به راحتی می‌توانید با آن‌ها خودآزمایی درست کنید و کاری کنید که مخاطب ایمیل خود را به شما بدهد.

نکته بسیار ظریف در ساختن خودآزمایی‌ها این است که افراد اگر بدانند با این خودآزمایی خودشان را می‌سنجند تمایل بیشتر می‌شود؛ یعنی به جای اینکه مثلا بگویید کدام روش مدیر بهترین است دقیقا بگویید شما از کدام روش مدیریت استفاده می‌کنید یا شما چقدر مدیریت بلد هستید؟

بنابراین شخص برای ارزیابی شخص خود خیلی راحت‌تر حاضر است که ایمیلش را در اختیار شما قرار دهد.

۵. محصول رایگان

آخرین روش شاید در نگاه اول جدید به نظر نیاید ولی روشی که اکنون توضیح می‌دهم کاملا جدید است. ما یک محصول رایگانی درست می‌کنیم که در گذشته صرفا یک landing page ایجاد می‌کردیم و یک محتوای رایگان در آن قرار می‌دادیم ولی اکنون به جای محتوای رایگان، محصول رایگان درست می‌کنیم.

مثلا در وردپرس وقتی یک فایل رایگان درست کردیم به جای landing page یک صفحه محصول درست می‌کنیم که قیمت آن را می‌توانیم صفر تومان بگذاریم یا می‌توانیم بگوییم مثلا pdf ما ۹۹۰۰ تومان است و وقتی شخص به این صفحه هدایت شد یک popup برای او می‌آید و به او می‌گوید کوپن ۱۰۰ درصد تخفیف برای خرید این محصول.

اتفاقی که می‌افتد این است که افراد می‌بینند یک محصولی که پولی است را می‌توانند با ۱۰۰ درصد تخفیف و بدون هیچ پرداخت پولی دانلود کنند و خیلی عجیب است افرادی که در صفحه دیگر حتی ایمیل خود را نمی‌دهند. در این حالت چون احساس می‌کنند محصولی را خریداری می‌کنند به راحتی نه تنها نام، نام

خانوادگی و ایمیل بلکه شاید شماره موبایل، اسم شهرشان و آدرس خود را در اختیار شما قرار دهند.

وقتی شخص ذهنیتش آماده می‌شود که در حال انجام یک خرید است حاضر است اطلاعات بیشتری وارد کند.

از این ترفند بسیار عالی و جدید استفاده کنید تا نه تنها ایمیل بلکه هر اطلاعات دیگری را که می‌خواهید، بتوانید از مخاطبان خود جمع کنید و اطلاعات کامل‌تری را دریافت کنید.

بنابراین اگر مصمم هستید یک دیجیتال مارکتر بسیار حرفه‌ای و قوی شوید می‌توانید یا خودتان در این دوره شرکت کنید یا یکی از کارمندان قوی و باهوش خود را بفرستید که بعد از ۶ ماه یک دیجیتال مارکتر بسیار قدرتمند در مجموعه شما وجود دارد که می‌تواند کارهای سایت‌تان را به خوبی پیش ببرد.

یادتان باشد که کار اصلی یک دیجیتال مارکتر افزایش فروش و ایجاد سود است؛ بنابراین هر سرمایه‌گذاری که برای یادگیری دیجیتال مارکتینگ انجام می‌دهید مطمئن باشید چندین برابر آن به راحتی به شما برمی‌گردد.

لطفا این ویدیو را با دقت مشاهده کنید و اگر سوالی دارید زیر همین مطلب بنویسید.