



۱۰۱ عنوان ایمیل با نرخ باز شدن بالا

در این مقاله ۱۰۱ عنوان تایید شده و جذاب برای ایمیل ارائه می‌کنیم که می‌توانید از آن‌ها استفاده کنید. به علاوه ۸ عنصر اصلی یک عنوان ایمیل خوب را برایتان توضیح می‌دهیم و ۱۰۱ عنوان برتر ایمیل در سال ۲۰۲۰ را با هم تحلیل کنیم. با این روش در پایان مقاله می‌توانید:

۱. ساختار برترین عنوان‌های خود را تغییر دهید و آن‌ها را از نو بنویسید.
 ۲. از عنوان‌های برتر این مقاله تقلید کنید! اگر تا حالا اینکار را نکرده‌اید!
- اگر با موضوع این مقاله (یا بازاریابی ایمیلی) تازه آشنا شده‌اید، چند دقیقه وقت بگذارید و با اصول نگارش عنوان ایمیل آشنا شوید.

من ۸ مورد زیر را بارها و بارها در عنوان ایمیل‌های برتر دیده‌ام ...

۱. منافع شخصی

منافع شخصی عنصری روزمره و همیشگی است و باید به‌طور منظم از آن استفاده کنید. این عنوان‌ها معمولاً مستقیم هستند و در مورد منافع خاصی صحبت می‌کنند که مخاطبان با باز کردن ایمیل شما به دست می‌آورند. همچنین با دادن سرنخی در مورد محتوای ایمیل به مخاطبان، نرخ باز کردن ایمیل را افزایش می‌دهند.

۲. کنجکاو

دلیل اثرگذاری عنوان‌های اشاره‌کننده به منافع شخصی، اعلام مستقیم منافع برای مخاطب است؛ اما عنوان‌های کنجکاو برانگیز به دلیل کاملاً برعکسی اثرگذار هستند. آن‌ها بدون دادن اطلاعات بیش‌ازحد، توجه مخاطب را جلب می‌کنند و نرخ باز کردن ایمیل را افزایش می‌دهند. اما مراقب باشید؛ زیرا عنوان‌های کنجکاو برانگیز خیلی زود منسوخ می‌شوند و ارزش خود را از دست می‌دهند.

۳. ارائه پیشنهاد

آیا اجناس رایگان را دوست دارید؟ آیا دوست دارید کالاهایی که حراج هستند را بخرید؟ پس افرادی که در فهرست ارسال ایمیل‌تان هستند هم پیشنهادهای رایگان را دوست دارند. وقتی چیزی را رایگان ارائه می‌دهید یا چیزی می‌فروشید که مشترکان شما به آن علاقه دارند، اعلام صریح آن در عنوان ایمیل روشی عالی برای متقاعد کردن آن‌ها به باز کردن ایمیل و کسب اطلاعات بیشتر است.

۴. فوریت/ کمیابی

این قدرتمندترین نوع عنوان ایمیل است. عنوان‌هایی که حس فوریت و کمیابی را انتقال می‌دهند به خوانندگان می‌گویند که باید همین حالا اقدام کنند؛ اما اگر تعداد

آن‌ها زیاد شود، خسته‌کننده می‌شوند. پس به‌ندرت و وقتی که سررسیدتان واقعی است یا تعداد کالا محدود یا امکان دسترسی به آن محدود است، از این عنوان‌ها استفاده کنید.

۵. انسانیت

فراموش نکنید نام افرادی که در پشت‌صحنه تولید محصولاتتان هستند را هم به مخاطبان اعلام کنید. گاهی هم باید از مشترکان خود تشکر کنید، داستانی درباره خودتان برایشان تعریف کنید یا برای جلب‌توجه آن‌ها انسان‌دوستی خود را نشان دهید.

۶. اخبار

اطلاع‌رسانی به مخاطبان درباره پیشرفت‌های جدید در کارتان، باعث ایجاد اقتدار می‌شود و نرخ باز کردن ایمیل‌هایتان را افزایش می‌دهد. معمولا وقتی عنوان‌ها با عنصر کنجکاوی ترکیب شوند، نتیجه خوبی می‌دهند.

۷. تایید اجتماعی

یک ویژگی اساسی ما انسان‌ها این است که هنگام تصمیم‌گیری به رفتار دیگران توجه می‌کنیم. با ذکر داستان‌های موفقیت افراد، نام‌های معروف و آشنا یا ذکر اینکه تاکنون چند نفر از محصولات و خدماتتان استفاده کرده‌اند، می‌توانید اصل تایید اجتماعی را در عنوان ایمیل بگنجانید.

۸. داستان‌گویی

گفتن یک داستان، یا حداقل اشاره به اول داستان در عنوان ایمیل روشی

منحصربه‌فرد برای برجسته کردن مزایای محصولاتان و افزایش نرخ باز کردن ایمیل است.

۱۰ عنوان برتر ایمیل‌ها در سال ۲۰۲۰

۱۰. روش سازگاری با روند بازاریابی دیجیتال

محتوا: شرایط تخفیف برای خرید زودهنگام

نرخ باز کردن ایمیل: ۱۵.۸۰ درصد

تحلیل: ما متوجه شدیم که استفاده از واژه «روش» در عنوان ایمیل اقتدار ایجاد کرده و توجه خوانندگان را جلب می‌کند. مشتریان می‌خواهند چیزی را بفهمند که می‌ترسند تاکنون متوجه آن نشده باشند؛ اما فکر می‌کنند برایشان مفید است. بازاریابی دیجیتال هر روز تغییر می‌کند و همگام شدن با تغییرات این صنعت، بسیار دله‌ره‌آور است؛ بنابراین محتوایی که روش سازگار شدن با این روند را به مخاطب نشان می‌دهد بسیار ارزشمند است و جلب‌توجه می‌کند.

۹. دلیل شکست اولین کسب‌وکارم

محتوا: توضیحات تکمیلی همایش آنتونی رابینز

نرخ باز کردن ایمیل: ۱۵.۹۲ درصد

تحلیل: درحالی‌که عنصر کنجکاوی برانگیز در عنوان ایمیل حفظ شده است؛ اما صریح به اصل موضوع پرداخته است. از آن‌جاکه بخش زیادی از مشتریان ما بازاریاب هستند و محتوای این ایمیل همان چیزی است که امروزه تقریباً همه بازاریابان به آن احتیاج دارند، می‌دانستم اگر از یک اهرم کلیدی صنعت و جمله معروف بیل گیتس یعنی «محتوا پادشاه است» استفاده کنم که شرکت ما را کارشناس این موضوع و متفاوت از دیگران نشان دهد، هم اطلاعات ارزشمندی به مشتریان داده‌ام و هم چندین نفر ایمیل را باز می‌کنند.

۸. اتفاقی بزرگ در راه است

محتوا: فروش فوق‌العاده ماه آوریل

نرخ باز کردن ایمیل: ۱۶.۰۸ درصد

تحلیل: همه ما یک تبلیغ خوب را دوست داریم. در این عنوان ایمیل محتوای تبلیغ کاملاً مشخص است. هدف شما این است که توجه خواننده را جلب کنید و هم‌زمان آن‌ها را به پیگیری پیامتان ترغیب کنید. فقط باید مطمئن شوید که متن تبلیغ موجود در ایمیل هم ارزش دیدن دارد. قطعاً نمی‌خواهید چوپان دروغ‌گو شوید و اعتماد خوانندگان و نرخ بالای باز کردن ایمیل‌های بعدی خود را از دست بدهید.

۷. پناه‌برخدا ... ۲۱ هزار ثبت‌نام!!!

محتوا: دسترسی رایگان به آزمایشگاه

نرخ باز کردن ایمیل: ۱۷.۳۵ درصد

تحلیل: در این عنوان ایمیل چند نکته مهم و برنده وجود دارد. مثلاً کلمه پناه‌برخدا یا اصطلاحات بامزه مشابه آن جالب و استفاده به‌اندازه از آن‌ها خوب است؛ اما زیاده‌روی در آن تجربه کاربر را خراب می‌کند. اگرچه استفاده دائمی از این واژگان را پیشنهاد نمی‌کنیم؛ اما در صورت نیاز به تفهیم بهتر حرفمان از آن استفاده خواهیم کرد.

همچنین با استفاده از یک عدد در عنوان ایمیل می‌توانید توجه خواننده را جلب کنید و ثابت شده که این روش نرخ باز کردن ایمیل را افزایش می‌دهد، به‌خصوص اگر عدد ویژه‌ای باشد. سرانجام، مانند شماره ۸، عامل کنجکاوی برانگیز در این عنوان هم قوی است.

۶. سه قانون بازاریابی در شرایط بحران

محتوا: خبرنامه ۲۱ مارس ۲۰۲۰

نرخ باز کردن ایمیل: ۱۹.۹ درصد

تحلیل: بیاید با این موضوع روبه‌رو شویم و بپذیریم که امسال واقعا سال بدی بود. میلیون‌ها کسب‌وکار با بحران جهانی همه‌گیری کرونا دست‌وپنجه نرم کردند و صنعت بازاریابی هم از این قاعده جدا نبود. پس تعجبی ندارد که اشاره به اصول راهنمای بازاریابی در شرایط بحران در عنوان ایمیل نتیجه خوبی داشت. مهم‌ترین هدف ما از

نوشتن چنین عنوانی این است که مطمئن شویم «مخاطب اهمیت موضوع را درک می‌کند». توجه داشته باشید که این عنوان برای ایمیلی در ماه مارس استفاده شده؛ یعنی زمانی که همه‌گیری تازه شروع شده بود و احتمال کلیک روی محتوای مربوط به آن بالا بود. امسال مخاطبان درباره این موضوع زیاد صحبت می‌کردند و در نتیجه بهترین زمان برای پرداختن به آن بود. به احتمال زیاد استفاده از این عنوان ایمیل در ماه‌های تابستان نتیجه جالبی نداشت.

۵. تخفیف ۸۰ درصدی رو به پایان است ۱...۲...۳...

محتوا: فروش بسته کسب مهارت در بازاریابی محتوا

نرخ باز کردن ایمیل: ۲۲.۵۴ درصد

تحلیل: کمیابی یکی از اصول اقناع از نظر رابرت چالدینی است و به نظر من بهترین اصل است. بهترین راه ترغیب افراد به اقدام این است که به آن‌ها بگوییم اگر این کار را انجام ندهند، فرصت بزرگی را از دست خواهند داد. (**توجه:** این ایمیل، ایمیل نهایی است و آخرین ایمیل از تبلیغات مفصل در طول هفته است و باید افرادی که ایمیل‌های قبلی را از دست داده‌اند، جذب کند.) این دسته از ایمیل‌ها معمولاً نرخ کلیک بالایی ندارند. اما مثلاً استفاده از یک شکلک □ در عنوان ایمیل باعث افزایش نرخ کلیک روی آن می‌شود؛ زیرا مخاطب فکر می‌کند محتوای آن را هنوز نخوانده است. درواقع، استفاده از این شکلک توجه مخاطب را به این ایمیل در اینباکس جلب می‌کند. فقط نباید زیاد از حد از این روش استفاده کنید، چون مانند چوپان دروغ‌گو می‌شوید و این ترفند کارایی خود را از دست می‌دهد.

۴. خداحافظ؟

محتوا: آخرین فرصت خرید در ۲۰۲۰

نرخ باز کردن ایمیل: ۲۵.۱۲ درصد

تحلیل: هدف نهایی یک عنوان ایمیل این است که گیرنده ایمیل را به باز کردن آن ترغیب کند و گاهی جمله کوتاه‌تر نتیجه بهتری دارد. این عنوان ایمیل با یک سوال ساده یک‌کلمه‌ای در اینباکس مخاطب و میان عنوان‌های طولانی و معمولی دیگر برجسته می‌شود و جلب توجه می‌کند.

۳. می‌توان با ۱۹۵ دلار مدرک بازاریابی محتوا دریافت کرد؟

محتوا: فروش فوق‌العاده‌ی بسته بازاریابی محتوا

نرخ باز کردن ایمیل: ۲۵.۲۷ درصد

تحلیل: این علامت سوال تصادفی نیست. دوره کسب مهارت در بازاریابی محتوا یکی از محبوب‌ترین دوره‌های ما است و وقتی روی آن تخفیف می‌گذاریم، مشتریان زیادی را جذب می‌کند. وقتی تخفیف ۶۱ درصدی روی قیمت ۴۹۵ دلاری گذاشتیم، افراد زیادی به این تبلیغ علاقه نشان دادند. این تخفیف مخاطبان را جذب می‌کند و این سوال را از خود می‌پرسند که «چرا حالا؟» و مطمئن می‌شوند که آن را می‌خواهند. آن‌ها دنبال دلیلی برای خریدن آن می‌گردند و به همین دلیل روی آن کلیک می‌کنند. مخاطبان سرد و بی‌تفاوت هم برای مقایسه کلیک می‌کنند. پس علامت سوالی که در این عنوان ایمیل آمده، توجه هر دو گروه را جلب می‌کند.

۲. پایان فروش ویژه ۳...۲...۱؟

محتوا: آموزش ساخت تبلیغ یک دقیقه‌ای در فیس‌بوک

نرخ باز کردن ایمیل: ۲۸.۰۸ درصد

تحلیل: در این عنوان هم کمیابی انگیزه قدرتمندی است. آموزش ساخت تبلیغ ویدیویی یک دقیقه‌ای در فیس‌بوک یکی از محبوب‌ترین آموزش‌های ما است؛ اما وقتی می‌گوییم فروش ویژه دارد تمام می‌شود، واقعا منظورمان همین است.

۱. فرصت نهایی برای دسترسی رایگان!

محتوا: دسترسی رایگان به آزمایشگاه

نرخ باز کردن ایمیل: ۳۴.۵۳ درصد

تحلیل: ترکیب کمیابی، یک شکل قدرتمند و وعده دسترسی رایگان به یکی از محصولات اصلی، دست‌ورالعمل کسب بالاترین نرخ باز کردن ایمیل‌های ما در ۲۰۲۰ بود.

حالا که می‌دانید کدام ۱۰ عنوان ایمیل دلیل بیشترین نرخ باز کردن ایمیل بوده‌اند، در ادامه به ۹۱ عنوان برتر دیگر ایمیل در ۲۰۲۰ اشاره می‌کنیم.

۹۱ عنوان دیگر برای ایمیل‌ها

- مورد ۲۶: زوج مناسبی برای هم هستی؟
- یادداشتی برای مخاطبان
- واقعا . . . واقعا!!
- ۱۰ نکته که هر بازاریابی باید بداند
- ۶۰ ثانیه مانده به شروع حراج؟
- چگونه ارسال پیام مستقیم نرخ باز شدن ایمیل‌ها را سه برابر می‌کند
- (نکات کلیدی دوره آموزشی ۲۰۲۰) نوشته مارکوس لمونیس!
- بازاریابی خود را ارتقا دهید
- خفن‌ها!!
- حراج دارد از دستتان می‌رود
- هنوز شرایط دوره آموزشی ۲۰۲۰ را ندیده‌اید؟
- هوشمندانه‌ترین سرمایه‌گذاری ممکن تاکنون؟
- این کار را متوقف کنید.
- استفاده از آزمایشگاه تا پایان ماه مارس رایگان است
- ۷ کنفرانس در قالب ۱ کنفرانس
- آخرین دوره آموزشی با اخذ مدرک در ۲۰۲۰
- ۱.۴ میلیارد بازدید؟
- (شکل گرافیکی) درس‌هایی از قرنطینه
- غیر ممکنه
- مسئله شماره ۴۰: سه مورد از . . . را انتخاب کنید
- (ویدیو) نکات کلیدی بیشترین نرخ ترافیک و تبدیل سایت من در ۲۰۱۹
- کارگاه جدید، فهرست ایمیلی شما را به . . . تبدیل می‌کند
- به‌زودی تمام می‌شود؟
- (آخرین فرصت)، تخفیف ۶۸ درصدی امشب پایان می‌یابد

- چالش بازاریابی ۵ روزه (از امروز شروع می‌شود)
- هاروارد می‌گوید ۹۵ درصد از محصولات جدید شکست می‌خورند (دلایلش را اینجا بخوانید)
- ما «چمدان‌های پنهان پول» در کسب‌وکارتمان را پیدا می‌کنیم □ □
- **عجیب‌ترین** آمار بازاریابی که تاکنون شنیده‌ام
- **شما** یک متخصص بازاریابی دارای مجوز هستید؟ (رایگان؟؟)
- **بخوانید:** ۱۱ کتاب پیشنهادی ما در زمینه تبلیغ نویسی
- مردم واقعا از **این** متنفرند
- چرا نرخ باز کردن ایمیل‌هایتان در حال کاهش است
- ثبت‌نام **کارگاه خبرنامه ایمیلی** امشب تمام می‌شود؟
- **یادآوری:** ۱۰۰۰ دلار تخفیف برای بلیت‌های دوره آموزشی تا نیمه‌شب
- **(بازاریابان ایمیلی)** روش تبدیل مشترکان به مشتری
- **(بلیت‌های ارزان)** بلیت‌های کارگاه آموزشی ۲۰۲۰ دارند تمام می‌شوند
- آیا می‌خواهید نرخ باز کردن ایمیل‌هایتان را ۲ تا ۳ برابر کنید؟
- روز جمعه باید ۷۰۰ دلار بیشتر پرداخت کنید
- آیا کسب‌وکار آموزشی‌تان را هم ۲ برابر خواهید کرد؟
- آخرین فرصت استفاده **رایگان** از آزمایشگاه!
- هیچ بازاریابی نباید این را از دست بدهد ...
- (فرصت محدود) آموزش ۷ دلاری تبلیغ در فیس‌بوک برای تبدیل بازدیدکننده به مشتری
- آیا دارید از رقبا شکست می‌خورید؟
- نرخ باز کردن ایمیل‌هایتان فاجعه است؟ (ما هم تجربه‌اش کرده‌ایم)
- (ویدیو) آیا می‌خواهید محصولات «غیر جذاب» خود را بفروشید؟
- % نام کوچک مخاطب % نمونه‌های نوشتن ایمیل‌های موفق در ۸ گام منتظران هستند ...
- (فروش فوری) آموزش ساخت ویدیوی تبلیغاتی یک دقیقه‌ای

- نکته شماره ۵۱: درخشان‌ترین نکته ما تاکنون
- % نام کوچک مخاطب % متشکرم!
- % نام کوچک مخاطب % این را از دست ندهید!
- (بخوانید) روش برگشت به کسب‌وکار معمول
- ؟؟؟؟
- ۳۹ دلار پول دارید؟
- وایایای!
- استفاده رایگان از آزمایشگاه (بدون دردسر، بدون نیاز به کارت اعتباری، بدون بیش
- (فروشی)
- بیایید روی بازاریابیتان کار کنیم ... با هم!
- (نهایی کردن فروش) فرصتی برای نوشتن ایمیل‌های فروش ندارید؟
- دستمال‌سفره‌ای که افتضاح ۲۴۸ هزار دلاری را پاک کرد
- ۷۳ درصد تخفیف ... بشتابید ... ۳ ... ۲ ... ۱
- % نام کوچک مخاطب % کمتر از ۱۰ ساعت باقی‌مانده
- کمترین قیمت ممکن برای □ دوره کسب مهارت در تبلیغ نویسی □
- فرصت ثبت‌نام کارگاه ساخت خبرنامه‌های ایمیلی به‌زودی تمام می‌شود؟
- امروز ۵۵ دلار، فردا ۹۹۷ دلار
- (به‌زودی تمام می‌شود) فقط با ۷ دلار کتاب «افزایش فروش» من را تهیه کنید
- مهم‌ترین اصول تبلیغ نویسی
- همه آموزش‌های ما را یکجا تماشا نکنید!
- چطور جلوی تبلیغات منفی مشتریان احتمالی را بگیریم
- اگر جامانده‌اید ... فرصت جدید
- آموزش رایگان: ۲ برابر کردن فروش در ۶ ماه؟
- بخوانید: ۱۰۰ کتابی که هر بازاریابی باید بخواند
- احساس □□ دارید یا □□؟
- نزدیک است که ... را از دست بدهید

- تعطیلات، همه آن چیزی است که می‌خواهیم
 - فرصت‌ها دارند تمام می‌شوند ...
 - وبلاگ نویسی را متوقف کنید. بخش‌بندی را شروع کنید
 - همه آموزش‌های ما را یکجا تماشا نکنید!
 - (به سمت بالا بکشید) برنامه بازاریابی ما برای تعطیلات ۲۰۲۰
 - آغاز دوباره بعد از کووید ۱۹؟
 - %اسم کوچک مخاطب % آخرین مهلت ...
 - (نمودار) آیا برای فروش به این بزرگی آماده‌اید؟
 - امکان دسترسی رایگان **به‌زودی** تمام می‌شود
 - این **واقعا** دیوانه‌ام می‌کند
 - (لینک را به سمت بالا بکشید): ۱۵ ابزار و الگو برای تبلیغات ویدیویی پرفروش
 - خبرهای بد
 - **لطفا پاسخ دهید:** آموزش رایگان فردا همین ساعت برایتان مناسب است؟
 - از نوشتن ایمیل **متنفر** هستید؟
 - باید حتما این ایمیل را ببینی %اسم کوچک مخاطب%!
 - چیزی به عنوان تبلیغ ویدیویی «ناموفق» وجود ندارد؟
 - **امشب** ۱۱ دوره آموزشی‌ام در حوزه کسب مهارت تمام می‌شود
 - کپی + پیست
 - ایده‌های خوب زیادی دارید؟ دست نگه دارید
- 9999999999
- همینه.

اگر از خواندن «نام کوچک» خود و دیدن «پرانتزها با حروف پررنگ» خسته شده‌اید، باید بدانید همه این‌ها یک دلیل موجه دارد: این عنوان‌ها سال گذشته واقعا برای ما نتیجه‌بخش بودند. درواقع، از ۱۰۱ عنوان برتر ایمیل‌های ما در سال ۲۰۲۰، ۲۳ مورد از «پرانتز با حروف پررنگ» استفاده کرده‌اند و در ۱۵ مورد از «نام کوچک افراد» استفاده شده است.

جالب است. نه؟

در حالی که میانگین عنوان‌های ما ۶ کلمه‌ای بود، ۳ عنوان برتر ایمیل‌های ما در ۲۰۲۰ همگی کمتر از ۵ کلمه داشتند.

[message_box text_color="light]

دوباره یادآوری می‌کنم: خلاصه‌نویسی اساس جذابیت است و الگوهای تکراری کار را خراب می‌کنند. به نظر من هیچ «فرمول طلایی» برای نوشتن عنوان ایمیل وجود ندارد. و این خبر خوبی است؛ زیرا فرمول‌ها باعث رکود می‌شوند و عنوان ایمیل و استراتژی بازاریابی ایمیل‌تان را تکراری و بی‌اثر می‌کنند.

تا آنجا که من می‌دانم عنوان‌های ایمیلی با پرانتزها و حروف پررنگ و ۵ کلمه‌ای پارسال، امسال جای خود را به عنوان‌های ایمیلی ۵ کلمه‌ای با خط فاصله و علامت «و» و انواع شکلک داده‌اند.

بهترین روش‌های گفته شده را با هم ترکیب کنید و کمی خلاقیت، بخش‌بندی و روش‌های علمی چاشنی آن کنید. حالا فرمول کاملاً دقیقی برای تولید دائمی عنوان‌های برنده دارید. پس، دست‌به‌کار شوید!

[message_box/]