



## ایمیل ۹ کلمه‌ای برای افزایش فروش

افسانه‌ای قدیمی در مورد یک کشاورز وجود دارد که زمینش را در دوران تب الماس فروخت تا به جستجوی الماس برود؛ اما صاحب جدید مزرعه، الماسی عظیم را در همان زمینی پیدا کرد که مالک قدیمی ترکش کرده بود. این داستان چه ربطی به بازاریابی دارد؟ باید به مشتریان قدیمی و بی‌علاقه توجه کنید.

یافتن، جذب و پرورش علاقه‌مندان جدید به تلاش زیادی نیاز دارد و با این روش می‌توانید کسب‌وکاری جدید ایجاد کنید و جریان درآمدها را افزایش دهید؛ اما گاهی چیزی که قبلاً داشته‌ایم، یعنی علاقه‌مندی که از دست داده‌ایم یا نسبت به خود بی‌علاقه کرده‌ایم، بیشترین ارزش را دارند. برای اینکه بفهمیم آیا هنوز هم امکان کسب سود از آن‌ها وجود دارد، ساده‌ترین راه، ارسال یک ایمیل است.

## ایمیل ۹ کلمه‌ای

ایمیل ۹ کلمه‌ای توسط **دین جکسون**، کارآفرین موفق و بازاریاب آنلاین در حوزه

املاک، برای جذب دوباره علاقه‌مندان ازدست‌رفته، ابداع شد. جکسون ادعا می‌کند که نوشتن اسم گیرنده در عنوان ایمیل و نوشتن سوال یک‌خطی (حدود ۹ کلمه) در ایمیل، برای جذب مجدد افراد، کافی است. مثلاً: «آیا هنوز هم در اوهایو دنبال خانه می‌گردید؟»

اساس ماجرا همین است. هدف اصلی ارسال ایمیل، پرسیدن سوالی است که مخاطب را جذب کند و پاسخی از او دریافت کنید. این کار هنر است.

وقتی سوال بالا را با سوال «آیا مشغول خرید ملک در اوهایو هستید؟» مقایسه کنید، تفاوت کاملاً واضح است. سوال اول کمتر مخاطب را تحت فشار می‌گذارد، محاوره‌ای‌تر است و بر نیاز گیرنده ایمیل تاکید دارد.

[ "message\_box text\_color="light]

## مثال‌های دیگر

- آیا هنوز هم دنبال افزایش ترافیک وبلاگ خود هستید؟
- آیا هنوز هم دنبال فرصت شغلی جدید در بانک هستید؟
- آیا هنوز هم به بهبود امنیت خانه خود علاقه دارید؟
- آیا هنوز هم در فکر نقاشی منزل خود هستید؟
- آیا هنوز هم در فکر خریدن ماشین جدید هستید؟
- آیا در بازسازی آشپزخانه خود پیشرفتی داشته‌اید؟

[message\_box/]

## روش نوشتن ایمیل ۹ کلمه‌ای

همان‌طور که می‌بینید، این فرایند کاملاً ساده و بر اساس فرمول زیر است:

**موضوع:** نام کوچک گیرنده

**محتوا:** سوالی که به مشکل مشتری مربوط است

## همچنین به قوانین زیر درباره ایمیل ۹ کلمه ایتوجه کنید

۱. از افزودن هرگونه واژه غیرضروری اجتناب کنید. محتوای ایمیل باید از حداقل واژه‌ها تشکیل شده باشد.

۲. یادتان باشد هدف ایمیل، جذب مجدد مخاطب است، نه فروش به او. به مخاطب فشار نیاورید. ایمیل نباید صریح و دستوری باشد؛ بلکه باید محاوره‌ای و جذاب باشد.

۳. شخص را مستقیم مخاطب قرار دهید. برای اینکه بازاریابیتان اختصاصی و غیررسمی باشد، فقط از نام کوچک گیرنده استفاده کنید. همچنین، برای اینکه ایمیل کوتاه بماند، فقط یک‌بار و آن‌هم در عنوان ایمیل به اسم گیرنده اشاره کنید. ایمیل باید درباره مشکل گیرنده باشد. عامل اصلی در موفق شدن یا نشدن ایمیل «نیاز» است. این جمله باید روی یک مشکل و نیاز قدیمی تمرکز کند که می‌توانید برای حل آن به مخاطب کمک کنید. همین.

بهترین مزیت این روش بازاریابی چیست؟ اینکه چیزی را از دست نمی‌دهید و فقط باید به علاقه‌مندان که به شما بی‌علاقه شده‌اند، دسترسی پیدا کنید. هر پاسخی که از آن‌ها بگیرید، نوعی بُرد است. همچنین، این روش رایگان است. لازم نیست مبلغی برای کارزارهای پولی یا کمک گرفتن از یک طراح معروف ایمیل هزینه کنید. یک ایمیل ساده و خلوت بهترین راه اجرای این استراتژی است.

["message\_box text\_color="light]

اگر ایمیل ۹ کلمه‌ای را درست بنویسید، جادو می‌کند. همیشه مشتریان احتمالی میان



مشتریان قدیمی بی‌علاقه وجود دارند. برگرداندن علاقه افراد از دوباره ساختنش آسان‌تر است.

[message\_box/]