



۱۳۰ ایده برای محتوای ایمیل

بازاریابی ایمیلی وقتی بهترین نتیجه را دارد که مدام خوانندگان را پیگیری کنید. اما چگونه می‌توانید هر هفته محتوایی عالی در خبرنامه خود ارائه دهید؟ خیلی سخت است! ما مدت‌هاست این کار را انجام می‌دهیم و همیشه ارائه ایده‌های جدید در خبرنامه ایمیلی برایمان چالش‌برانگیز بوده است. بنابراین تصمیم گرفتیم فهرستی از تمام محتوای ایمیلی جذابی که در طول سال‌ها دیده‌ایم را با شما به اشتراک بگذاریم و همه ویژگی‌های جدید بازاریابی ایمیلی را هم در آن‌ها لحاظ کرده‌ایم. این ۱۳۰ ایده در ۶ گروه زیر دسته‌بندی شده‌اند که می‌توانید از آن‌ها الهام بگیرید.

- آگاهی دادن به مردم درباره صنعتتان
- اشتراک اخبار و تازه‌ها
- معرفی فرهنگ و شخصیت خودتان
- مشارکت دادن مشتریان
- معرفی ایده‌هایی برای تجارت الکترونیک

• ارائه محتواهای جدید

درباره صنعتتان به مردم آگاهی دهید

شما برای رسیدن به این نقطه در کسب و کارتان بسیار تلاش کرده‌اید و بدون شک در این راه نکات تخصصی زیادی آموخته‌اید و دانش زیادی درباره صنعتتان دارید. هنگام انتخاب موضوعات خبرنامه هفتگی یا ماهانه از موارد زیر استفاده کنید و علاقه خود را به مشترکان ایمیلی نشان دهید.

۱. نکاتی برای موفقیت مخاطبان به آن‌ها ارائه دهید. کمک به خوانندگان باید اولین مورد این فهرست باشد. در هر خبرنامه مشاوره و توصیه رایگان قرار دهید.

۲. نکاتی درباره کارهایی که نباید انجام دهند، ارائه کنید. مثلاً مقاله‌ای درباره اشتباهات رایج در بازاریابی ایمیلی بنویسید.

۳. مجموعه‌ای از ارزشمندترین مقالات چاپ شده در صنعت خودتان تهیه کنید و آن را با مخاطبان به اشتراک بگذارید.

۴. موارد رایج در صنعتتان را پیدا کرده و آن‌ها را توضیح دهید. مثلاً روندهای بازاریابی ایمیلی در ۲۰۲۱ را توضیح دهید.

۵. چک‌لیست یا الگویی برای کاری مفید تهیه کنید و آن را برای دانلود رایگان در اختیار خوانندگان قرار دهید.

۶. یک کتاب الکترونیکی رایگان و قابل دانلود، گزارش یا اخبار صنعت را ارائه دهید.

۷. یک راهنمای ساده درباره موضوعی جالب در صنعتتان به تازه‌کارها ارائه دهید. مثلاً یک راهنمای سئو برای تازه‌کارها بنویسید.

۸. با یک متخصص صنعت مصاحبه کنید. مردم دوست دارند داستان‌های موفقیت دیگران را بخوانند و از آن‌ها الهام بگیرند.

۹. از سایر متخصصان مشاوره بگیرید. یک موضوع تازه و جذاب در زمینه کاری خود

انتخاب کنید و از ده متخصص بخواهید در این زمینه توصیه یا پیشنهادی ارائه دهند.

۱۰. یک پست از وبلاگ نویس مهمانی که تحسینش می کنید به اشتراک بگذارید و نظر خود را در مورد آن بیان کنید.

۱۱. اینفوگرافیکی بسازید یا به اشتراک بگذارید و چند توصیه کاربردی هم به آن اضافه کنید.

۱۲. تقویمی از رویدادهای آینده شرکت (مانند وبینارها یا پادکستها) یا صنعت (مانند کنفرانسها و نمایشگاهها) ایمیل کنید. با این کار افراد زیادی را به شرکت در رویدادهای آینده تشویق می کنید.

۱۳. به سوالات خوانندگان در یک ایمیل پاسخ دهید و آن را با «... عزیز» شروع کنید.

۱۴. گذشته را مرور کنید. صنعت شما در ۵ سال گذشته چقدر تغییر کرده است؟ در ۱۰ سال گذشته چطور؟ موفقیتها را یادآوری کنید.

۱۵. درباره صنعتتان پیش بینی کنید.

۱۶. فهرستی از بهترین کلیدواژههای مربوط به صنعتتان تهیه کنید.

۱۷. فهرستی از جملات و نقل قولهای محبوب مربوط به صنعتتان تهیه کنید.

۱۸. از رازهای پنهان صنعت پرده بردارید.

۱۹. فهرستی از صفحات مهم مربوط به صنعتتان در توییتر، اینستاگرام، لینکدین و پینترست تهیه کنید تا مخاطبان آنها را دنبال کنند.

۲۰. اعضای سایتتان را از سیاستها و تغییرات دولتی و صنعتی اثرگذار بر آنها آگاه کنید.

۲۱. کتابهای مربوط به صنعتتان را بررسی کنید.

۲۲. مطالعات موردی درباره روش موفقیت خودتان یا سایر متخصصان صنعت را به اشتراک بگذارید.

۲۳. لینک محبوب‌ترین وبلاگ صنعتتان را برای اعضا ارسال کنید.

۲۴. ابزارها، منابع و مقالات جذاب صنعتتان را به صورت ماهانه یا فصلی معرفی کنید.

۲۵. فهرستی از فرصت‌های شغلی موجود در صنعتتان تنظیم کنید.

مخاطبان را در جریان اخبار و تازه‌های شرکت قرار دهید

مخاطبان همیشه از شنیدن اخبار و تازه‌ها هیجان‌زده می‌شوند. مثلاً اگر محصول جدیدی روانه بازار کرده‌اید یا مشارکت جدیدی آغاز کرده‌اید، مشتریان خبرنامه را در جریان قرار دهید.

۲۶. مورد ارزشمندی در شرکتتان را برجسته کنید. مردم دوست دارند خبرهای خوب بشنوند.

۲۷. نکات مهم رویدادی که در آن شرکت کرده‌اید را به اشتراک بگذارید. حتی اگر مخاطبان هم آنجا حضور داشته‌اند، از خواندن نکات جالب و جمع‌بندی آن مراسم لذت می‌برند.

۲۸. درباره موفقیت‌های افتخارآمیز شرکت صحبت کنید.

۲۹. ابزارهای مورد استفاده‌تان که برای خوانندگان خبرنامه هم مفید است را بررسی کنید.

۳۰. کشف و اختراعی که شرکتتان به پیشرفت آن کمک کرده را به اشتراک بگذارید.

۳۱. با یک روش علمی آزمونی در کسب‌وکارتان انجام دهید و نتایج آن را به اشتراک بگذارید.

۳۲. داستان موردی که شما را غافلگیر کرده را تعریف کنید. مثلاً وقتی که صفحه

فیس بوکتان ناگهان پاک شد.

۳۳. مردم را از شراکت‌های کاری خود مطلع کنید و مزایای آن را نشان دهید.

۳۴. فهرستی از منابع مفید آنلاین تهیه کنید. برای یافتن بهترین عکس‌ها، توصیه‌ها، نکات و ترفندها به کجا سر می‌زنید؟

۳۵. آمار مربوط به شرکت، محصولات یا صنعت خود را منتشر کنید.

۳۶. محصول جدید یا خدمات آینده را به صورت کوتاه بررسی کنید. وقتی مشتریان نخستین کسانی باشند که از این موضوعات آگاه می‌شوند، احساس خاص بودن می‌کنند.

۳۷. شمارش معکوس برای ارائه محصول یا ویژگی جدید بگذارید.

۳۸. کارهای بعدی شرکت را معرفی کنید. برنامه‌هایی که برای آینده دارید را به مشتریان اعلام کنید.

۳۹. سخنرانی خود در مکانی دیگر را منتشر کنید.

۴۰. بزرگ‌ترین چالشی که شرکتتان در سال گذشته داشته را بررسی کنید و روش مواجهه با آن را توضیح دهید.

۴۱. هرگونه خبری که اخیراً درباره سازمانتان در رسانه‌های اجتماعی مطرح شده از جمله مقالات، مستندها و پادکست‌ها را منتشر کنید.

۴۲. از کارمندانتان بخواهید ویژگی موردعلاقه خود در محصولات و خدماتتان و دلیل این علاقه را معرفی کنند.

فرهنگ و شخصیت شرکتتان را نشان دهید

با تزریق بخشی از شخصیت خود به خبرنامه شرکت، آن را تازه و به روز نگه دارید. هرچه معتبرتر باشید، مشتریان بیشتر با شما و ارزش‌هایتان ارتباط برقرار می‌کنند. این

ایده‌های محتوا به شما کمک می‌کند تا خبرنامه را اختصاصی‌تر کرده و شرکتتان را به مشترکان معرفی کنید.

۴۳. فرهنگ شرکت را توصیف کنید و به نمایش بگذارید.

۴۴. چیزهایی که دوست دارید، جمله‌هایی که به شما انگیزه داده‌اند و تصاویر، موسیقی، مقالات یا داستان‌های محبوبتان را به اشتراک بگذارید.

۴۵. اصول و هویت شرکتتان را معرفی کنید.

۴۶. از کارمندان خود بخواهید داستان‌هایی در خبرنامه بنویسند.

۴۷. یکی از اعضای تیم که مخاطبان باید او را بشناسند را معرفی کنید.

۴۸. مقاله‌ای درباره تاریخچه شرکت بنویسید. همه شرکت‌ها داستانی دارند.

۴۹. فهرستی از فرصت‌های شغلی در شرکتتان تهیه کنید. حتی می‌توانید بعضی مشتریانتان را استخدام کنید. اگر آن‌ها از شما خرید کنند، می‌توانند مدافعان خوبی برای برندتان باشند. یک فرصت شغلی را در خبرنامه‌تان معرفی کنید و ببینید چه کسانی به آن واکنش نشان می‌دهند.

۵۰. ویدیوی خنده‌داری که کارمندان ساخته‌اند را به اشتراک بگذارید.

۵۱. ویدیوها و عکس‌هایی از پشت‌صحنه کسب‌وکار، محصولات در حال تولید، رویدادهای اخیر یا مشتریان راضی نشان دهید.

۵۲. در خدمات اجتماعی مشارکت کنید. اخبار مربوط به مشارکت شرکتتان در بهبود جامعه را منتشر کنید.

۵۳. یک روز کاری واقعی کارمندان را نشان دهید.

۵۴. موضوعات و مواردی که برای جامعه محلی شما مهم است را به اشتراک بگذارید.

۵۵. در مورد موضوعات شخصی خود از جمله فرزندان، حیوان خانگی، پروژه جدید یا ماشینی که دو سال منتظر خریدش بوده‌اید، مطلب بنویسید.

۵۶. نظر خود را مطرح کنید. آیا مورد خاصی در حوزه کاریتان خبرساز یا بحث‌برانگیز است؟
۵۷. یک فهرست ۱۰ موردی از مطالبی تهیه کنید که آرزو داشتید هنگام راه‌اندازی کسب‌وکار می‌دانستید.
۵۸. فهرستی از کتاب‌های الکترونیکی یا پادکست‌های رایگان تهیه کنید که به کارمندانان انگیزه داده است. مردم مطالب رایگان و توصیه‌های خوب را دوست دارند.
۵۹. محبوب‌ترین پست‌ها، توییت‌ها و پین‌ها را از شبکه‌های اجتماعی خود به اشتراک بگذارید. می‌توانید پست‌های رسانه‌های اجتماعی خود را در ایمیل‌ها بگنجانید.
۶۰. درباره یک روش تیم‌سازی صحبت کنید که واقعا خوب پیش رفته و برایتان آموزنده و نتیجه‌بخش بوده است.
۶۱. فهرست آهنگ‌های محبوب اسپاتیفای که اعضای تیمتان به آن‌ها گوش می‌دهند را به اشتراک بگذارید.
۶۲. فهرستی از برنامه‌های موردعلاقه کارمندانان در نتفلیکس را به اشتراک بگذارید.
۶۳. تیم‌های مختلف سازمان خود را مشخص کنید و چند مورد از پروژه‌هایی که انجام می‌دهند را معرفی کنید.
۶۴. تلاش‌های کارمندانان در حوزه بهبود فردی در یک سال اخیر را به اشتراک بگذارید.
۶۵. یک پیام شخصی از سوی مدیرعامل به مشترکان ارسال کنید.
۶۶. مشتریان شما تنها مخاطبان شما نیستند. یک خبرنامه داخلی هم برای کارمندانان ارسال کنید.
۶۷. کارهای بی‌نتیجه را معرفی کنید. باید چهره‌ای واقعی از شرکت خود ارائه دهید.

مشتریان را مشارکت دهید

با مخاطبان گفتگو کنید تا اتفاقات شگفت‌انگیزی رخ دهد. این کار نه تنها تلاش‌های بازاریابی را ارتقا می‌دهد و محتوایی عالی برایتان تولید می‌کند، بلکه رابطه‌ای بین کسب‌وکار و مشتری ایجاد می‌کند. ۱۷ موضوع خیرنامه‌ای که در ادامه می‌آید باعث شروع گفتگو با مشترکان می‌شود.

۶۸. با مشتریان مصاحبه کنید. مشتریان می‌خواهند از شرایط یکدیگر باخبر شوند و بدانند محصولاتان چه کمکی به آن‌ها می‌کند.

۶۹. آن‌ها را به شرکت در یک نظرسنجی دعوت کنید و نتایج را در خیرنامه بعدی به اشتراک بگذارید.

۷۰. نظرسنجی انجام دهید و نتایج را به اشتراک بگذارید.

۷۱. مسابقه‌ای در شبکه‌های اجتماعی برگزار کنید. هدایا، مسابقات عکاسی و چالش‌های ویدیویی راهی عالی برای تبلیغ و ایجاد هیاهو درباره برندگان است.

۷۲. از خوانندگان بخواهید عکس خود در حال استفاده از محصول شما را به اشتراک بگذارند. می‌توانید این عکس‌ها را در خیرنامه خود چاپ کنید.

۷۳. پرسش‌های خوانندگان و پاسخ‌هایی که به آن‌ها می‌دهید، راهی جالب برای آشنایی با مشترکان است.

۷۴. خوانندگان را تشویق کنید تا در وبسایت شما یا سایر سایت‌ها درباره محصولاتتان نظر دهند.

۷۵. داستان الهام‌بخش و جذاب مشتریانی را تعریف کنید که کارهای بزرگی مانند کوهنوردی، جمع‌آوری پول برای خیریه یا تمرین برای المپیک انجام می‌دهند.

۷۶. از خوانندگان بخواهید درباره خیرنامه‌تان بازخورد بدهند. می‌توانید این نظرسنجی‌ها را در ایمیل‌های خود بگنجانید.

۷۷. تولد مشترکان را تبریک بگویید. امکان ارسال خودکار این تبریک‌ها را فراهم کنید.

۷۸. مراسم سالانه تولد شرکتتان را به اشتراک بگذارید.

۷۹. سالروز عضویت هر شخص در فهرست ایمیل‌تان را جشن بگیرید. می‌توانید یک هدیه کوچک مانند تحویل رایگان یا تخفیف به ایمیل او اضافه کنید.

۸۰. از خوانندگان بخواهید که وبلاگ‌ها یا افراد تاثیرگذار حوزه کاریتان را معرفی کنند. سپس از میان آن‌ها ۱۰۰ وبلاگ یا فرد برتر صنعت را معرفی کنید. برنده را هم از نتیجه مسابقه مطلع کنید تا بتوانید تعدادی از فالوئرهای او را هم جذب کنید.

۸۱. مسابقه‌ای طراحی کنید و لینک شرکت در آن را در ایمیل بگذارید. می‌توانید از انواع اپلیکیشن‌های طراحی آزمون استفاده کنید.

۸۲. داستان‌های موفقیت مشتریان را به اشتراک بگذارید. به همه نشان دهید که محصول یا خدمت شما چطور به کسب‌وکارشان کمک کرده و امتیاز و پاداشی هم برایشان در نظر بگیرید.

۸۳. درباره موضوعات موردبحث مخاطبان در فیس‌بوک، اتاق‌های گفتگو و وبسایتتان صحبت کنید.

۸۴. به مشتریان و شرکای وفادار پاداش بدهید.

ایده‌هایی برای بازاریابی محتوا در تجارت الکترونیک مطرح کنید

با ارائه ایده‌های بازاریابی محتوا در حوزه تجارت الکترونیک، مشتریان را ترغیب کنید دوباره نزد شما برگردند. این کار نفع زیادی برای کسب‌وکار آنلاین‌تان دارد.

۸۵. فهرستی از محبوب‌ترین محصولاتتان تهیه کنید.

۸۶. مفیدترین محصولاتتان که مردم از آن‌ها اطلاع کافی ندارند را معرفی کنید.

۸۷. بخشی از محصولاتتان که می‌تواند در فهرست آرزوهای افراد قرار گیرد را معرفی

کنید تا مخاطبان در سالگرد تولد یا ازدواج آن را به فرد محبوبشان هدیه دهند.

۸۸. لینک تقدیرنامه افراد مستقل یا نظرات مردم درباره محصولات و خدماتتان مثلا در آمازون را به اشتراک بگذارید.

۸۹. محصولات شرکت دیگری که مکمل محصولات شما هست را بررسی کنید.

۹۰. فروش ویژه یا رویداد ویژه آنلاین را به همه اعلام کنید.

۹۱. اعلام سایر پیشنهادات ویژه از جمله تخفیف‌ها و کوپن‌ها را فراموش نکنید. ایمیل‌های تبلیغاتی هنوز یکی از موثرترین روش‌ها برای افزایش فروش و جذب مشتریان جدید هستند.

۹۲. یک ایمیل نظرسنجی برای ارزیابی رضایت مشتریان ارسال کنید.

۹۳. محصولات خاص و محدود تولید کنید. مخاطبان ایمیلی خیلی دوست دارند جزء اولین کسانی باشند که از این محصولات خاص و محدود آگاه می‌شوند.

۹۴. آیا می‌خواهید یک محصول محبوب را دوباره تولید کنید؟ پس به مشتریان خود اطلاع دهید.

۹۵. محصولاتی را انتخاب کرده و به اشتراک بگذارید که موضوع یا رنگی شبیه هم دارند.

۹۶. یک داستان خوب برای محصول بسازید. همه دوست دارند محصولات ارزشمند و اصیلی بخرند.

۹۷. ویدیویی منتشر کنید که روش استفاده از محصولاتان و کسب بهترین نتیجه را توضیح دهد.

۹۸. منابع مفیدی را معرفی کنید که در انتخاب محصولات مناسب به خوانندگان کمک کند.

۹۹. یک ایمیل تایید خرید ارسال کنید و به مشتری اعلام کنید که دریافت کالا چقدر

طول می‌کشد.

۱۰۰. خدمت «کلیک و پاک کردن بارکد» را ارائه دهید. این خدمت شبیه کارتی است که لایه روی بارکدش را با ناخن می‌خراشید. وقتی خواننده روی این بارکد کلیک می‌کند، می‌تواند کد امتیاز خرید آنلاین از شما را ببیند.

۱۰۱. بر اساس ترجیحات خرید مشتریان، ایمیل‌های اختصاصی ارسال کنید. مثلاً بگویید «چون الف را خریداری کردید، ما فکر کردیم ب را هم دوست دارید.»

۱۰۲. فهرستی از سوالات متداول را به اشتراک بگذارید تا مشتریان در جریان همه نکات قرار گیرند.

۱۰۳. از مشتریان خود بخواهید ویدیوهایی از باز کردن جعبه محصولاتتان تهیه کنند و آن‌ها را به اشتراک بگذارید. این یک راه عالی برای ایجاد هیاهو درباره محصول و جلب توجه مشتریان است.

۱۰۴. روش خرید هدایا از برندها برای مناسبت‌های محبوب مثل روز مادر، روز پدر، نوروز و تولد را اعلام کنید.

محتوای جدید و دست‌اول تولید کنید

همه به خلاقیت نیاز دارند، پس برای خلاق‌تر شدن از ایده‌های خبرنامه‌ای زیر استفاده کنید:

۱۰۵. یک ویدیو در ایمیل بگنجانید و کانال یوتیوبتان را معرفی کنید. ویدیوها نرخ باز شدن ایمیل‌هایتان را ۲۰ درصد افزایش می‌دهند.

۱۰۶. همه کمی تعلیق را دوست دارند. از خوانندگان بخواهید روی لینک مرموزی کلیک کنند و آن‌ها را هیجان‌زده کنید.

۱۰۷. درباره پادکست‌های ارزشمندی که می‌توانند الهام‌بخش مشترکان باشند، مطلب بنویسید.

۱۰۸. فهرستی از ویدیوهای یوتیوب تهیه کنید که بهتر است همه مخاطبان آن‌ها را ببینند.

۱۰۹. با یکی از رقبای گفتگو کنید و با کسب اجازه از او درباره این گفتگو مطلبی بنویسید.

۱۱۰. موضوعات هفتگی انتخاب کنید و یک روز مشخص در هفته درباره آن موضوع مطالبی بنویسید. مثلاً می‌توانید «دوشنبه‌های عالی» یا «سه‌شنبه برترین‌ها» داشته باشید.

۱۱۱. یک پست «۱۰ فرمان...» یا «۷ گناه کبیره...» یا «۵ اصل...» یا چیزی شبیه آن بنویسید.

۱۱۲. با استفاده از متن، تصاویر، اسکرین‌گست یا صوت و ویدیو آموزش بدهید.

۱۱۳. چند مقاله درباره «روش‌ها» بنویسید. درباره کارهایی که هرکس می‌تواند خودش انجام دهد، دستور غذا یا ترفندهای سریع پست بگذارید.

۱۱۴. درباره آب‌وهوا صحبت کنید. اگر شرایط آب‌وهوایی بر ساعات کاری معمول شما اثر می‌گذارد، مشتریان را آگاه کنید.

۱۱۵. مناسبت‌ها را جشن بگیرید. مناسبت‌های زیادی وجود دارد که می‌توانید با کارکنان و مشتریان خود جشن بگیرید. علاوه بر مناسبت‌های مهم، مناسبت‌های معمولی‌تری هم وجود دارد که شاید مشتریان دوست داشته باشند آن‌ها را همراه با کسب‌وکار شما جشن بگیرند.

۱۱۶. رویدادهای مرتبط با کسب‌وکار یا مخاطبان خود را برجسته کنید.

۱۱۷. در مورد استراتژی بازاریابی محتوای خود بیشتر فکر کنید. مثلاً اگر نوشیدنی مخصوص شیلی می‌فروشید، محتوا را فقط به این نوشیدنی محدود نکنید. درباره کوکتل‌ها، غذاها و جاذبه‌های گردشگری شیلی هم بنویسید.

۱۱۸. چند ایمیل خوشامدگویی طراحی کنید. این یک راه آسان برای ایجاد رابطه با

- خوانندگان است و فقط یک بار لازم است که این مجموعه را تهیه کنید.
۱۱۹. راهنمای گام به گام انجام کاری یا فیلم برداری از آن را در اسکرین گست یا مجموعه عکس نشان دهید.
۱۲۰. از مخاطبان تشکر کنید. کسب و کارها به اندازه کافی تشکر نمی کنند.
۱۲۱. فهرستی از بدترین پست های وبلاگی خود تهیه کنید و دلیل بد بودنشان را بگویید.
۱۲۲. محبوب ترین پست های وبلاگی خود را به اشتراک بگذارید و دلیل موفقیت آن ها را توضیح دهید.
۱۲۳. افرادی که در فهرست ایمیلی شما ثبت نام کرده اند اما ایمیل ها را باز نمی کنند را دوباره پیگیری و جذب کنید.
۱۲۴. آیا پستی قدیمی دارید که بتوانید کمی آن را تغییر داده و دوباره استفاده کنید؟ پست های قدیمی را با اضافه کردن قسمتی جدید احیا کنید.
۱۲۵. با افرادی که به شما انگیزه می دهند مصاحبه کنید و تجربه آن ها را با مخاطبان به اشتراک بگذارید.
۱۲۶. مطالبی که خودتان و کارمندانان اخیرا خوانده اید از جمله کتاب ها و پست های وبلاگی را به اشتراک بگذارید تا مشتریان با تفکر پشت کسب و کارتان آشنا شوند.
۱۲۷. موفقیت های ویژه خود را به اشتراک بگذارید. این موارد می تواند مربوط به صنعت یا محصول خاصی باشد.
۱۲۸. جدیدترین محصول یا رویداد آینده خود را با پیش سفارش/پیش ثبت نام معرفی کنید.
۱۲۹. محتوای ایمیلی جذابی تهیه کنید و گروهی کوچک و ویژه از مشترکان را با مطالب بامزه و جذاب هدف گیری کنید.

۱۳۰. یک فهرست طولانی برای یک موضوع خاص تهیه کنید. درست مثل کاری که ما در این مقاله انجام دادیم.

قبل از استفاده از این ۱۳۰ ایده محتوای خبرنامه ایمیلی باید به سوالات زیر پاسخ دهید

۱. آیا برای مخاطبان موردنظرتان مناسب است؟ شما خوانندگان خود را بهتر از هرکسی می‌شناسید. باید مطمئن شوید که ایده‌های خبرنامه‌تان برای مخاطبان هدف جذاب است. آیا این مطالب ارزشی به زندگی آن‌ها اضافه می‌کند؟

۲. اهداف نهایی و واکنش موردنظرتان چیست؟ ایده‌هایی را انتخاب کنید که شما را در رسیدن به هدف یاری کنند. هدف شما می‌تواند خیلی ساده مثل جذب خوانندگان یا تخصصی‌تر مثل افزایش فروش باشد. دوست دارید خوانندگان چه واکنشی به شما نشان دهند؟

۳. آیا محتوای خبرنامه برای برندتان مناسب است؟ هر ایده‌ای برای هر برندی مناسب نیست. قبل از این‌که ایده‌ای را امتحان کنید، به ارزش‌ها و شخصیت اصلی برندتان فکر کنید و ببینید آیا این محتوا با ارزش‌هایتان همخوانی دارد؟