



## ۷ نکته درباره ایمیل‌هایی که به فروش منجر می‌شوند

این نکات، اصول نوشتن ایمیل‌ها و همچنین مکانیزم نحوه ارسال کمپین‌ها و غیره هستند. اگر آن‌ها را دنبال کنید، نتایج بهتری از بازاریابی ایمیلی خود خواهید گرفت. این‌ها اصولی هستند که باید هنگام نوشتن ایمیل‌های بازاریابی خود رعایت کنید.

### ۱. از یک سرویس معتبر تحویل ایمیل استفاده کنید

برای ارسال ایمیل به لیست بزرگی از مشترکین، نمی‌توانید فقط از اپلیکیشن Apple mail یا برنامه Outlook استفاده کنید. شما باید از یک شرکت متخصص در ارائه بازاریابی ایمیلی استفاده کنید؛ شرکتی که فرایند اشتراک و لغو اشتراک در لیست ایمیل شما را به‌طور خودکار انجام می‌دهد.

شرکت‌هایی مانند Mail Chimp، InfusionSof، AWeber و... دارای بخش‌های انطباق هستند که مطمئن می‌شوند ایمیل شما خلاف قوانین اسپم نباشد. آن‌ها همچنین از تحویل ایمیل‌های شما اطمینان حاصل می‌کنند و شما را از لیست‌های

سیاه اسپم دور نگه می‌دارند.

بنابراین، به تمام این دلایل، شما قطعاً باید از یک سرویس تحویل ایمیل معتبر استفاده کنید.

سرویس را انتخاب کنید که معتبر باشد، کاملاً شناخته‌شده باشد و مدت‌زمان زیادی از تاسیسش گذشته باشد، زیرا قرار است از تمام پایگاه داده شما مراقبت کند.

یک سرویس را انتخاب کنید و به آن پایبند باشید، زیرا انتقال از یک ارائه‌دهنده خدمات ایمیل به ارائه‌دهنده دیگر دشوار است.

این بدان معناست که اگر هزاران نفر در لیست ایمیل خود داشته باشید و بخواهید از AWeber به InfusionSoft تغییر کنید، ناگزیر افراد زیادی را در این انتقال از دست خواهید داد. بنابراین بهتر است یک ارائه‌دهنده را انتخاب کنید و از روز اول با همان ادامه دهید. البته هر ارائه‌دهنده‌ای که انتخاب کنید، بازهم نسبت به آن شاکی خواهید بود یا از نظر خدمات با مشکل مواجه خواهید شد؛ زیرا بخشی از کارهایی که آن‌ها انجام می‌دهند، دقیقاً مناسب شما نخواهد بود، اما این دلیل خوبی برای تغییر ارائه‌دهنده‌تان نیست، مگر اینکه برای کسب‌وکارتان حیاتی باشد و باعث از دست دادن مشتریان‌تان شود.

## **۲. به بازدیدکنندگان، دلیلی برای اشتراک بدهید و انتظارات آن‌ها را به درستی تنظیم کنید**

افراد قرار نیست آدرس ایمیل خود را فقط برای دریافت خبرنامه به شما بدهند، زیرا آن‌ها بر این باورند که شما برایشان ایمیل‌های اسپم ارسال می‌کنید. شما باید برای اشتراک آن‌ها، دلیل قانع‌کننده‌ای بیاورید. یک گزارش، یک ویدیو، یک دوره کوتاه و...

به‌عنوان مثال، اگر من با انتظار دریافت اطلاعات مفید و نه تبلیغاتی در خبرنامه شما ثبت‌نام کنم؛ اما شما یکی پس از دیگری برایم تبلیغات ارسال کنید، احساس می‌کنم این ایمیل‌ها اسپم هستند. شاید از نظر قانونی اسپم نباشند، اما از نظر عملی و

احساسی این‌گونه هستند.

این بدان معناست که من به شما علاقه ندارم و اشتراک را لغو می‌کنم. حتی بدتر، در لیست شما می‌مانم و پهنای باندتان را مصرف می‌کنم، اما هیچ‌گاه ایمیل‌هایتان را نمی‌خوانم.

بنابراین به بازدیدکنندگان دلیلی برای اشتراک دهید و به آن‌ها توضیح دهید که قرار است چه چیزی دریافت کنند. اگر آن‌ها برای دریافت یک جایزه، مانند چک‌لیست، کتاب الکترونیکی، ویدیو یا هر چیزی که آهنربای هدایتی شماست، ثبت‌نام می‌کنند، مطمئن شوید که آن‌ها می‌دانند در خبرنامه ایمیلی شما نیز ثبت‌نام کرده‌اند و قرار است خبرهای جالب و اطلاعات مفیدی برایشان ارسال کنید. همچنین آن‌ها را نسبت به پیشنهادات ویژه‌ای که در رابطه با محصولات و تبلیغات خود دارید، مطلع می‌سازید. مسیر را برای آن‌ها به‌طور شفاف توضیح دهید.

### **۳. با ارسال متناوب و مداوم ایمیل، از شکایات‌های اسپم خودداری کنید**

شاید غافلگیر شده باشید، اما ارسال زودبزه‌زود ایمیل می‌تواند شکایات اسپم را کاهش دهد، زیرا وقتی مرتباً و به‌طور مداوم ایمیل ارسال می‌کنید، خوانندگان شما را فراموش نمی‌کنند! اگر آن‌ها در لیست شما ثبت‌نام کنند و شش هفته از شما بی‌خبر باشند، سپس شما برای آن‌ها ایمیل ارسال کنید - بوم! شکایت اسپم!

### **۴. از پاسخگوی خودکار به‌عنوان نمایندگی فروش رباتیک استفاده کنید**

احتمالاً می‌دانید که پاسخگوی خودکار چیست، اما اگر نمی‌دانید: یک برنامه است که به‌طور خودکار، توالی از ایمیل‌های برنامه‌ریزی‌شده را برای هر کسی که مشترک می‌شود، ارسال می‌کند.

این می‌تواند روزانه یک ایمیل به مدت ۷ روز، ۳۰ روز، یا ۴۵ روز باشد. تناوب زمانی را شما تعیین می‌کنید و حتی می‌توانید آن را در روزهای خاص پس از ثبت‌نام اولیه نیز انجام دهید.

این یک توالی از پیش برنامه‌ریزی‌شده، از قبل آماده شده و از پیش بارگذاری شده است که به‌طور خودکار به هر شخص حاضر در لیست ایمیل شما تحویل داده می‌شود؛ بر اساس زمان ثبت‌نامشان در لیست ایمیل شما.

این توالی بسیار قدرتمند است، به‌خصوص اگر از آن برای معرفی خودتان، شرکتتان و خدماتتان به افراد استفاده می‌کنید و می‌خواهید شما را از طریق یکسری ایمیل داستانی یا تمثیلی بشناسند.

## ۵. واکنش موردنظر خود را مشخص کنید

منظور از واکنش موردنظر این است که اگر خواننده بخواهد پس از خواندن ایمیل شما یک کار انجام دهد، می‌خواهید آن کار چه باشد؟ این باید همان یک کاری باشد که بیشتر از همه می‌خواهید انجام دهند.

آیا می‌خواهید روی لینک کلیک کنند؟

• آیا می‌خواهید به پیامتان پاسخ دهند؟

• آیا می‌خواهید در یک نظرسنجی شرکت کنند؟

• آیا می‌خواهید یک خرید انجام دهند؟

بنابراین قبل طراحی هر ایمیل، واکنش موردنظر خود از آن را مشخص کنید.

## ۶. برای تبلیغات از ایمیل‌های اطلاع‌رسان استفاده کنید

ایمیل‌های خودکار را با استفاده از توالی پاسخگوی خودکار، پوشش دادیم. از ایمیل

اطلاع‌رسان غافل نشوید، یعنی ایمیلی که به‌صورت «لایو» برای کل لیست خود ارسال می‌کنید. ارزش ارسال یک ایمیل «لایو» این است که شما می‌توانید افراد را به رویدادهای فعلی، یا اتفاقاتی که امروز در اخبار یا تقویم رخ داده ارجاع دهید. این ثابت می‌کند که این ایمیل امروز نوشته شده و خودکار نیست. همچنین باعث می‌شود ایمیل‌های شما تازه و به‌موقع و بسیار قدرتمندتر از هر زمان دیگری باشند.

## ۷. ایمیل‌هایی بفرستید که انگار از طرف یک دوست هستند

ایمیل خود را بررسی کنید و ببینید آیا احساس می‌کنید که انگار از طرف یک دوست ارسال شده‌اند یا نه. وقتی دوستانمان ایمیل می‌فرستند، معمولا حاوی لوگو، تصاویر تبلیغاتی، علامت‌های SALE، یا تخفیف فقط برای امروز، نیستند!

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

منبع: کتاب «چگونه متن تبلیغاتی پرفروش بنویسیم»

نویسنده: ری ادواردز

ناشر: سخن گستر

ترجمه: ساسان جعفرنیا و بهاره قاسمی

[message\_box/]