



## ۱۰ گام برای راه‌اندازی تبلیغات موفق ایمیلی

شکی نیست که اینترنت نحوه ارتباط برقرار کردن افراد را تغییر داده است. از نظر بسیاری، ایمیل عملاً جایگزین نامه‌های سنتی و حتی تماس‌های تلفنی به‌عنوان گزینه مکاتبه شده است. هر روز میلیاردها پیام ایمیلی ارسال می‌شود. این امر همچنین بر نحوه انجام تجارت تاثیر گذاشته است. اگر بازاریابی ایمیلی به‌خوبی آماده شود، می‌تواند یکی از مقرون‌به‌صرفه‌ترین ابزارهای ارتباطی باشد. این نوع بازاریابی سریع، ارزان و موثر است و نرخ پاسخ آن چندین برابر ارسال پستی مستقیم است.

با این حال، فضای بازاریابی ایمیلی مملو از مثال‌هایی از بازاریابانی است که به‌عنوان ارسال‌کننده هرزنامه، آزاردهنده مشتریان، ناقض قوانین حریم خصوصی و بدتر از آن‌ها شناخته می‌شوند.

یک چک‌لیست برای راه‌اندازی تبلیغات موفق ایمیلی شامل جنبه‌های زیر است:

## ۱. برنامه‌ریزی ثابت

شرکت‌ها ملزم به داشتن اهداف مشخص و قابل ارزیابی هستند و باید با دقت برنامه تبلیغاتی خود را برنامه‌ریزی کنند.

## ۲. محتوای عالی

در ایمیل با استانداردهای بالاتری مواجه هستیم، بنابراین شرکت‌ها باید مطمئن شوند که ارزش واقعی را به مخاطب ارائه می‌دهند.

## ۳. فرستنده مناسب و واقعی

این اولین چیزی است که گیرندگان هنگام تصمیم‌گیری در مورد باز کردن ایمیل به آن توجه می‌کنند.

## ۴. «موضوع» عنوان مناسب ایمیل

گزینه بعدی که گیرندگان قبل از تصمیم‌گیری برای باز کردن ایمیل توجه می‌کنند، موضوع آن است؛ بنابراین، لازم است قانع‌کننده باشد.

## ۵. استفاده مناسب از تصاویر

در این زمینه شرکت‌ها نباید خارج از عرف رفتار کنند. اگر تصاویر ارزش واقعی اضافه کند و خیلی بزرگ نباشد، می‌توان از آن‌ها استفاده کرد.

## ۶. هدایت با قدرت شرکت

شرکت‌ها نباید بهترین محتوا یا پیشنهاد را پنهان کنند. آن‌ها باید اطمینان حاصل

کنند که جای آن در بالا یا جای مشابهی در ایمیل است.

## ۷. مختصر و مفید

هیچکس این روزها مطلب زیادی نمی‌خواند و کمتر از هر جای دیگری محتوای ایمیل‌ها را می‌خوانند.

## ۸. شخصی‌سازی کنید

بازاریابان باید فقط از سه یا چهار عنصر شخصی‌سازی استفاده کنند و نرخ پاسخ احتمالا می‌تواند ۶۰ درصد افزایش یابد. آن‌ها باید سعی کنند از استفاده از نام کوچک فراتر رفته و در مورد مشترکین اطلاعاتی کسب کنند.

## ۹. لینک به وبسایت شرکت

اینجاست که غنای محتوا و تعامل نهفته است. بازاریابان باید خوانندگان را با ایمیل وسوسه کنند تا آن‌ها را به وبسایت شرکت ارجاع دهند. همچنین می‌توان تبلیغات را در آن گنجانند که همان نقش ایمیل اولیه را دارد: ایجاد اشتیاق در مخاطب برای کسب اطلاعات بیشتر. صفحه گیرنده وبسایت برای این تاکتیک بسیار مهم است و اغلب جایی است که بسیاری از افراد هنگام ادغام تبلیغات سنتی با تبلیغات آنلاین دچار تزلزل می‌شوند.

## ۱۰. ارزیابی و توسعه

توانایی ارزیابی اصولی مانند نرخ باز کردن و کلیک از مزایای اصلی بازاریابی ایمیلی است، اما شرکت‌ها نباید در اینجا متوقف شوند و باید فروش یا سایر تحولات را پیگیری کرده و از موارد عملی بیاموزند و تغییرات لازم را اعمال کنند.



بنابراین با رعایت این ۱۰ مورد می‌توانید تبلیغات موفق ایمیلی خود را راه‌اندازی کنید.

[message\_box text\_color="light]

منبع: کتاب «مدیریت بازاریابی دیجیتال و تحول از طریق نوآوری»

نویسنده: فیلیپ کاتلر

ناشر: ادیبان روز

ترجمه: دکتر حسین علی سلطانی

[message\_box/]