



## سوشال مدیا و بازاریابی ایمیلی را با هم ترکیب کنید

در حال حاضر که این متن را می‌خوانید مشتریان و مخاطبان شما در حال فرستادن پست در توییتر، فیس‌بوک یا گشت‌وگذار در فاروم‌ها و سایت‌های دیگر و نظردهی در آن‌ها می‌باشند. آن‌ها در این سایت‌ها در حال صحبت یا به اشتراک‌گذاری مطالبی هستند که مرتبط با تجارت شما است.

## آیا شما جز این مکالمه هستید؟

آیا از لینک و محتوای شما صحبت می‌کنند؟ اگر جز این مکالمه نیستید فرصت بزرگی را از دست داده‌اید و مجبورید برای اینکه برند خود و تجارت خود را تبلیغ کنید پول‌های کلانی هزینه کنید. حتی شاید این تبلیغات تاثیرگذاری چندانی نداشته باشند. ۷۸٪ از مصرف‌کنندگان به سفارشات دوستان خود توجه می‌کنند و فقط حدود ۱۴٪ به تبلیغات اعتماد می‌کنند.

## بازاریابی ایمیلی و سوشیال مدیا متفاوت عمل می‌کنند

سوشیال مدیاها بسیار پویا، سریع و تعاملی هستند. البته فانی و زودگذر هم هستند. شما اگر پستی را صبح بفرستید و مخاطب شما بعدازظهر به سایت وارد شود، ممکن است به خاطر حجم زیاد اطلاعات به اشتراک گذاشته شده اصلا مطلب شما را نبیند. این همان جایی است که بازاریابی ایمیلی با سوشیال مدیا متفاوت است. ایمیل ارتباط صمیمی‌تر و خودمانی‌تری با مخاطبان‌تان به وجود می‌آورد (از این امکان استفاده کنید). وقتی مخاطب شما در میل باکس خود ایمیل شما را می‌خواند فقط توجهش به شما است نه هزاران هزار مطلب و پست دیگر. حتی می‌تواند ایمیل‌تان را ذخیره کند و برای دوستانش بفرستد.

## حال چگونه از مزیت‌های هر دو استفاده کنیم و آن‌ها را ترکیبی استفاده کنیم؟

از لیست ایمیل‌های خود برای ساختن مدیای سوشیال استفاده کنید. یکی از نکات مهم سوشیال مدیا این است که زمانی که مثلا در فیس‌بوک یک Fan یا طرفدار پیدا می‌کنید مطالب شما نه تنها برای او بلکه برای دوستان او نیز فرستاده خواهد شد یعنی شما با یک تیر حداقل ۵۰ نشان زده‌اید (اگر فرض کنیم یک فرد حداقل ۵۰ دوست در فیس‌بوک دارد). از امروز در خبرنامه سایت خود آدرس سوشیال مدیاهایی که در آن عضو هستید را نام ببرید.

از افراد بخواهید که به سایت یا بلاگ شما بیایند و در خبرنامه ثبت‌نام کنند. حال بر عکس بالا عمل می‌کنیم چون می‌خواهیم از مزایای بازاریابی ایمیلی نیز استفاده کنیم. بنابراین در صفحات خود در سایت‌های سوشیال حتما آدرس ثبت‌نام یا عضویت در روزنامه الکترونیک‌تان را هم مطرح کنید.

مطالب خبرنامه خود را متفاوت‌تر در سایت‌های سوشیال قرار دهید. به جای اینکه همان فرمت خبرنامه را فقط در سایت‌های سوشیال به اشتراک بگذارید، گزیده‌ای از محتوا، هدف محتوا یا چیزی که فکر می‌کنید جذابیت ایجاد می‌کند را از متن جدا

کنید و به اشتراک بگذارید. سعی کنید در میکرو بلاگ‌ها از MicroContent استفاده کنید. البته نوشتن میکرو کانتنت هم هنر و هنرمند می‌خواهد.

به هر محتوایی که از سایت شما به اشتراک گذاشته می‌شود مانند یک گوهر نگاه کنید چون می‌تواند هزاران بازدید برایتان بیاورد که شاید میلیون‌ها تومان هزینه تبلیغاتی نتواند این کار را انجام دهد.

شما هر روز با افرادی سر و کار دارید که یا با فیس‌بوک کار می‌کنند و یا توییتر یا هر سایت دیگری را برای خود مفید می‌دانند. شما نمی‌توانید نظر آن‌ها را عوض کنید ولی می‌توانید به گونه‌ای عمل کنید که همه جا باشید. بازاریابی ایمیلی و سوشیال مدیا دو فرایند مهم برای دسترسی بیشتر به تجارت شما هستند و هدف انتخاب بین یکی از آن‌ها نیست. هر ۲ مورد در کنار هم و به صورت ترکیبی لازم هستند.