



۹ روش کاهش لغو عضویت از فهرست ایمیل‌ها

در بازاریابی ایمیلی نکته مهم این است که تعداد کاربران بیشتری برای دریافت ایمیل اعلام آمادگی کنند و شاید مهم‌تر از آن این باشد که مشترکین فعلی مایل به دریافت ایمیل باقی بمانند و نرخ لغو عضویت از دریافت ایمیل به کم‌ترین مقدار خود برسد. ۹ روشی که به منظور کاهش نرخ لغو عضویت از دریافت ایمیل مورد استفاده قرار می‌گیرند به شرح زیر است:

۱. لیست ایمیل‌ها را بهتر طبقه‌بندی کنید

طبقه‌بندی لیست ایمیل‌ها در موضوعات مختلف سبب می‌شود که مشترکین مرتبط‌ترین محتوا با توجه به علایق خود را دریافت نمایند.

نکته: سعی کنید در هنگام عضویت در خبرنامه یا اعلام آمادگی برای دریافت ایمیل توسط کاربران، موضوعات طبقه‌بندی شده ایمیل در اختیار آن‌ها قرار گیرد تا از بین

موضوعات، موارد مورد علاقه خود را برای دریافت ایمیل انتخاب نمایند و بعد اقدام به ارسال ایمیل کنید. به عنوان مثال اگر وبسایت یک خبرگزاری در نظر گرفته شود بهتر است برای دریافت ایمیل، اخبار در موضوعات مختلف مانند ورزشی، فناوری و ... ارائه گردد تا کاربر از میان آن‌ها انتخاب و ایمیل‌های با موضوعات مورد نظر خود را دریافت کند.

۲. محتوای ایمیل‌ها را طبقه‌بندی کنید

در هنگام تولید محتوا برای ارسال از طریق ایمیل، هر محتوا را به نزدیک‌ترین موضوع از میان موضوعاتی که در مرحله قبل، مشترکین را بر اساس آن طبقه‌بندی کردید برچسب‌گذاری کنید تا ایمیل‌ارسالی به کاربر، مرتبط با موضوعی باشد که وی درخواست دریافت آن را کرده است.

۳. دفعات دریافت ایمیل را سفارشی کنید

هنگام اعلام آمادگی کاربر برای دریافت ایمیل، حتما تعداد دفعات دریافت ایمیل را بپرسید که آیا تمایل به دریافت ایمیل‌ها به صورت روزانه، هفتگی و ... دارد و حق انتخاب برای تعداد دفعات دریافت ایمیل را به کاربر واگذار کنید. لینک ویرایش تعداد دفعات دریافت ایمیل را در انتهای هر ایمیل قرار دهید و در صفحه‌ای که لغو عضویت قطعی می‌شود نیز این قابلیت اضافه شود تا شاید به عنوان آخرین راهکار از لغو عضویت جلوگیری شود.

۴. تعداد دفعات دریافت ایمیل را تست کنید

ممکن است تمامی کاربران تعداد دفعات دریافت ایمیل را در هنگام عضویت برای دریافت، انتخاب نکرده باشند. سعی کنید تعداد عضویت‌های لغو شده در دفعات مختلف را اندازه‌گیری و مناسب‌ترین مورد برای ارسال ایمیل را مشخص نمایید.

۵. روش‌های ارتباطی گوناگون ارائه کنید

ممکن است مشتری که تمایل به لغو عضویت از دریافت ایمیل دارد به محتوای وبسایت شما علاقه‌مند باشد؛ ولی دیگر تمایلی به برقراری ارتباط از طریق ایمیل نداشته باشد، بنابراین به وی روش‌های دیگر ارتباطات از قبیل ارتباط از طریق پیام کوتاه، آر اس اس، شبکه‌های اجتماعی و وبلاگ شرکت را پیشنهاد دهید.

۶. برنامه زمان‌بندی منظم برای ارسال ایمیل داشته باشید

حتی زمان و ساعتی نیز که ایمیل‌ها را ارسال می‌کنید مهم است. سعی کنید در یک ساعت و زمان مشخص ایمیل‌ها را ارسال نمایید تا با این کار احتمال نادیده انگاشته شدن ایمیل از سوی کاربر به کمترین میزان خود برسد و از تبعات بعدی مانند لغو عضویت جلوگیری شود.

۷. پیشنهادات خاص به دریافت‌کنندگان ایمیل ارائه دهید

علاوه بر موارد ذکر شده برای علاقه‌مند نگه داشتن مشترک برای دریافت ایمیل، به آن دسته از کاربران که ایمیل‌های ارسالی شما را دریافت می‌کنند، پیشنهادات خاص مانند تخفیف‌ها و ... ارائه دهید تا تفاوتی میان آن دسته از کاربران که از طرف شما ایمیل دریافت می‌کنند یا خیر وجود داشته باشد.

۸. اطمینان حاصل کنید که ایمیل‌های ارسالی شما به کندی بارگذاری نمی‌شوند

کند بارگذاری شدن ایمیل، یکی از دلایل عمده عدم رضایت مشترکین از دریافت ایمیل می‌باشد. سعی کنید در محتوای ایمیل ارسالی از عکس‌های حجیم که سرعت

بارگذاری ایمیل را کاهش می‌دهد استفاده نکنید و ایمیل‌های ارسالی خود را برای چک شدن از طریق موبایل نیز آماده کنید.

۹. از نظرات استفاده کنید

علی‌رغم تمامی اقدامات ذکر شده ممکن است مشترکینی تمایل به لغو عضویت برای دریافت ایمیل داشته باشند، در نتیجه سعی کنید از نظرات آنها برای بهبود عملکرد استفاده کنید.