



ارائه شده توسط:

سایت ترجمه فا

مرجع جدیدترین مقالات ترجمه شده

از نشریات معتبر

پنج نکته کاربردی برای افزایش فعالیت ایمیلی و بهبود نامه رسانی الکترونیکی

افزایش حجم ایمیل های ارسالی چالشی پیش روی بازاریاب ها نهاده است. مشترکین فقط ایمیل هاییکه مناسب میبینند را باز میکنند، از اینرو بازاریاب ها باید کیفیت ایمیل ها و نحوه ی ارائه ی آنها را ارتقاء دهند، تا بلکه مشترکین بصورت متداوم مشتاق به باز کردن آنها باشند.

اگر برندها حین طراحی و تعریف کمپین های ایمیلی خود انتظارات مصرف کننده را مدنظر قرار ندهند نتیجه برنامه ای مشکل دار خواهد بود که در نهایت در ورود به صندوق ورودی مصرف کننده ها کمتر موفق میشود. جهت افزایش مشغولیت زایی و کارایی کلی کمپین های ایمیلی، بازاریاب ها باید به میزان ورود نامه هایشان به صندوق ورودی مصرف کننده ها توجه لازم را داشته باشند. چرا؟ چون وقتی تعداد ورود نامه ها به صندوق ورودی افزایش یابد خود بخود تعداد باز کردن، کلیک کردن و در نتیجه مکاتبات افزایش مییابد که نتیجه ای جز افزایش درآمد برنامه ندارد. در اینجا پنج نکته ی کاربردی آورده میشود که با عمل به آنها مطمئن خواهید بود که ایمیل هایتان به صندوق ورودی مشترکین تان رسیده و میزان مشغولیت زایی بازاریابی ایمیلی تان بالا خواهد بود.

1. برنامه ی زمانی ایمیلی داشته باشید

مثل تمامی کمپین های موفق، هر برنامه ی بازاریابی ایمیلی بزرگی با یک طرح شروع میشود. ایمیل هایتان را با برنامه ی زمانی مشخصی ارسال کنید تا مشترکین بر اساس آن در موعد مقرر انتظار دریافت ایمیل تان را داشته باشند.

یکی از روشهای موفق جهت معرفی برنامه ی ایمیلی تان به مشترکین ایمیل های خوشامدگویی هستند. در این ایمیل ها به مصرف کننده های جدید که عضو انجمن کاربری شده اند سلام و تبریک گفته شده، مزایای عضویت شرح داده شده و توقعاتشان پوشش داده میشود.

ارسال سریهای ایمیلی ماهانه یا دو هفته یکبار حاوی اطلاعات مفید برای مخاطبین نیز مناسب هستند. مثلا یک شرکت هواپیمایی میتواند ایمیل های "اطلاعات سفر" راجع به متداول ترین مقاصد مسافرتی یا بهترین

رستورانها در سطح جهان را ارسال کند. این روش موجب میشود که مصرف کننده ها علاقه مند مانده، ایمیل ها را باز کنند که خرید بیشتر را در پی دارد.

طبق مطالعه ی موردی Yesmail میزان باز کردن پیام های خوشامدگویی و کمپین های حاوی اطلاعات مفید 50٪ بیشتر از پیام های تبلیغاتی عادی است، که خود اهمیت داشتن کمپین های ایمیلی برنامه ریزی شده را نشان میدهد.

2. مخاطبان خود را دسته بندی کنید

بازاریاب های ایمیلی آگاه کاملا به این مسئله واقف هستند که خوشحال نگه داشتن مشترکین فعال شان(که اخیرا کلیک یا باز کرده اند) در حفظ و افزایش فعالیت آنها و نیز میزان ورود ایمیل ها به صندوق ورودی امری ضروری است.

باید با توجه به عملکرد و میزان فعالیت مشترکین آنها را دسته بندی کنید. در این صورت میتوانید از دامنه ی اولیه ی خود به دسته ی پاسخ گو پیام بفرستید و دامنه ی ثانویه ای را جهت "فعالسازی" دسته ای ایجاد کنید که فعالیت کمتری دارند.

در حال حاضر روز به روز ایمیل های بیشتری به مشترکین فرستاده میشود. از اینرو شما باید سعی کنید با ارسال پیام های مرتبط و شخصی شده مخاطبین را راضی نگه دارید. این کاریست که بواسطه ی دسته بندی قابل انجام است و نتایج بزرگی در پی دارد. ارسال انتخابی ایمیل ها بر اساس دسته بندی مشترکین میتواند 39٪ تعداد باز کردن بیشتر و 24٪ افزایش درآمد را در پی داشته باشد.

3. تعیین دامنه ی ثانویه

با ایجاد دامنه های متعددی برای ارسال ایمیل، بازاریاب ها فرصت بزرگی مییابند که طی دسته بندی مشترکین، میزان ورود ایمیل هایشان به صندوق ورودی آنها را افزایش دهند.

آنها میتوانند از دامنه های متعدد جهت ارسال ایمیل به دسته های متفاوت مشترکین(مثلا دارای فعالیت بیشتر و کمتر) یا انواع متفاوتی از کمپین ها(دامنه ای برای کمپین های بازاریابی، دامنه ای برای ایمیل های پشتیبانی، و دامنه ی سومی برای ایمیل های برانگیخته شده، ...) استفاده کنند.

داشتن دامنه های متعدد برای ارسال برای مواقعی "گزینه ی دوم" محسوب میشود، و این زمانی هست که با مشکل ورود ایمیل ها به صندوق ورودی مشترکین(موقتا بلاک شدن یا رفتن به لیست سیاه) مواجه هستید. یکی از کاربران Yesmail با تعیین دامنه ی ثانویه توانست در عرض یک ماه میزان ورود به صندوق ورودی مشترکین از طریق دامنه ی اول خود را 37٪ افزایش داد. در همان زمان دامنه ی ثانویه ی این کاربر بطور متوسط 82٪ ورود به صندوق ورودی مشترکین را رقم زد، که بعد از ارسال پیام های انگیزته شده تا 94٪ افزایش داشت.

4. داده های خود را پاک کنید

برای اینکه درگیر اسپم ها و حساب های کاربری نامعتبر(حسابهای بسته، آدرسهای غلط و...) نشوید که میزان تحویل پذیری کلی تان را کاهش میدهند بایستی داده های مشترک را پاک کنید. داشتن پروسه ی opt-in مشخص و واضح موجب میشود که رویت پذیری با توجه به داده های حاصل از گیرنده افزایش یابد و لیست ایمیلی مناسبی درست شود. مطالعه ای که توسط "گروه Targeting Solutions" صورت پذیرفت حاکی از آن است که بازاریاب های برتر همواره داده های خود را ماه به ماه پاک میکنند.

5. کمپین های ایمیلی بر انگیزته شده

با توجه به اینکه کمپین های ایمیلی بر انگیزته شده متناسب و بجا هستند میتوانند در افزایش فعالیت و مشغولیت مصرف کننده ی موردنظر مثرتر واقع شوند. میزان بازکردن این کمپین ها 2.5 برابر بیشتر از کمپین های بازاریابی معمولی است و دو برابر بیشتر کلیک میشوند. پیام های بر انگیزته شده معلول عمل یا رویدادی هستند؛ مثلا یادآوری سبد خرید رها شده، رزرو/قرار، و یا بررسی و اطلاعاتی راجع به محصول. وقتی چند دامنه برای ارسال دارید بهترین حالت این هست که در هر یک حداقل یک کمپین ایمیلی بر انگیزته شده فعال باشد. میتوان گفت که تقریبا در تمامی موارد کمپین های ایمیلی بر انگیزته شده بطور قابل توجهی عملکرد بهتری نسبت به بقیه ی سری های ایمیلی دارند و میزان ورود به صندوق ورودی مشترکین را افزایش میدهند.

چرا بازاریاب ها باید به این نکته های کاربردی توجه داشته باشند؟

استفاده ی از این تاکتیک های ایمیلی میتواند فعالیت بالای مشترکین و میزان بالای ورود به صندوق ورودی آنها را تضمین کند. البته اگر تعداد ورود به صندوق ورودی مشترکین رو به کاهش گذاشته است فقط یکی از این تاکتیک ها نخواهد توانست مشکل را حل کند و نیاز است که یک برنامه ایمیلی جدید ترتیب ببینید و از تمامی این پنج تاکتیک بهره گیرید.

بازاریابی ایمیلی در حال تغییر است. در مقایسه با قبل مصرف کننده ها تعداد ایمیل های خیلی بیشتری دریافت میکنند که موجب شده است که گزینشی عمل کرده و در صندوق ورودی پر از ایمیل شان فقط یک تعداد را باز کنند. چه باید کرد؟ بازاریاب ها باید از همان ابتدای کار سعی کنند ارتباط برقرار کنند، برنامه ای داشته و بر آن توجه کنند و در این صورت است که با در نظر گرفتن نیازهای مشترک خواهند توانست حتی مخاطبینی را جذب کنند که ایمیل ها را بصورت انتخابی باز میکنند.



این مقاله، از سری مقالات ترجمه شده رایگان سایت ترجمه فا میباشد که با فرمت PDF در اختیار شما عزیزان قرار گرفته است. در صورت تمایل میتوانید با کلیک بر روی دکمه های زیر از سایر مقالات نیز استفاده نمایید:

لیست مقالات ترجمه شده ✓

لیست مقالات ترجمه شده رایگان ✓

لیست جدیدترین مقالات انگلیسی ISI ✓

سایت ترجمه فا ؛ مرجع جدیدترین مقالات ترجمه شده از نشریات معتبر خارجی