

افزایش فروش توسط بازاریابی ایمیلی

تبدیل بازدید کننده به خریدار



علی نورهانی

www.ModireSite.com

افزایش فروش توسط بازاریابی ایمیلی

مقدمه نویسنده

یکی از ابزار های بی نظیر بازاریابی اینترنتی و افزایش فروش وب سایت ایمیل می باشد. به شخصه یکی از طرفداران بازاریابی ایمیلی هستم. متأسفانه برخی از صاحبان کسب و کار اینترنتی تصور اشتباهی درباره بازاریابی ایمیلی دارند. برخی معتقدند که بازاریابی ایمیلی یعنی خرید یک بسته ایمیل و ارسال انبوه به این افراد و منتظر ماندن برای ورود این افراد به سایت و داشتن فروش رویایی. مطمئناً نتیجه مطلوبی را در این روش مشاهده نمی کنند. ارسال ایمیل با این روش نه تنها سود ده نیست بلکه می تواند تجارت شما را نابود کند زیرا در صورت اسپم شناخته شدن ایمیل های ارسالی شما، ممکن است مجبور شوید جریمه های زیادی را به شرکت ارائه دهنده هاست خودتان بپردازید.

از ابتدای کارم تا به امروز همواره در زمینه بازاریابی اینترنتی مطالعه می کنم. در تحقیقات خود، می دیدم که در سایت های انگلیسی زبان، من را به صفحه ای هدایت می کردند و با دریافت نام و ایمیل کتابی چند صفحه ای رایگان را در اختیار من قرار می دادند. پس از ترک آن سایت در روز های بعدی آن ها شروع به ارسال ایمیل به من می کردند و با پیشنهاد های جذاب خودشان در نهایت محصول خود را معرفی می کردند. مطمئناً در مرحله اول بازدید از این وب سایت ها خرید نمی کردم. ولی با دریافت چند ایمیل مفید از سوی آن ها علاقه مند به خرید محصولات آن ها می شدم. تقریباً در تمامی وب سایت هایی که در زمینه تجارت الکترونیک و بازاریابی اینترنتی فعالیت می کنند عضو هستم. و در ساعات غیر کاری ایمیل های آنان و مقالاتشان را مطالعه می کنم. من هم سه سال پیش در ابتدای کار کتابچه ای رایگان را به نام بهینه سازی ساختار سایت برای موتور های جستجو نوشتم ، حتماً شما اگر با مدیرسایت آشنا

افزایش فروش توسط بازاریابی ایمیلی

باشید آن را دریافت کرده‌اید. با این کار از همان روز های اول وقتی کاربران وارد سایت می‌شدند در صورتی که به علم بهینه سازی سایت (سئو) علاقه داشتند ایمیل خودشان را در سایت وارد می‌کردند و سپس سایت را ترک می‌کردند. از آن روز تا به حال، هر روز کاربران جدیدی از طریق موتور های جستجو وارد سایت ما می‌شوند و ایمیل خود را وارد می‌کنند، ما در حقیقت لیست مشتریان خودمان را می‌سازیم.

اما انجام این کار چه مزایایی دارد:



۱- اولین مزیت آن این است که وقتی فردی وارد سایت شما می‌شود و ایمیل خودش را در اختیار شما قرار می‌دهد علاقه خودش را به خدمات سایت شما نشان داده است. در حقیقت اگر به درستی این صفحه و محصول خودتان را طراحی کنید می‌توانید اطلاعات بازار هدف خودتان را جمع آوری کنید.

نام

ایمیل

دریافت کتاب

۲- وقتی مخاطبین سایت شما را ترک می‌کنند. بعداً به راحتی می‌توانید

از طریق ایمیل آنان را به سایت خود برگردانید.

۳- در هر زمانی که فراخوان و یا محصول جدیدی داشته باشید می‌توانید

در کوتاه‌ترین زمان پیام بازاریابی خودتان را به کاربران هدف ارسال کنید.

۴- می‌توانید به آسانی در هر زمان به شیوه های مختلف از مخاطبین خودتان نظرسنجی کنید و بر

مبنای نیاز آنان خدمات و محصولات خودتان را طراحی و پیاده سازی کنید.

افزایش فروش توسط بازاریابی ایمیلی

در این کتاب می‌خواهم تجربه خودم در زمینه بازاریابی ایمیلی و نکات مهم آن را با شما در میان بگذارم. در صورتی که می‌خواهید اطلاعات بیشتری در این زمینه دریافت کنید. حتماً عضو خبرنامه سایت شوید. با عضویت در خبرنامه سایت می‌توانید مقالات جدیدی که هر روز در سایت قرار می‌گیرند را در ایمیل خودتان دریافت کنید.

با تشکر

علی نورهانی

افزایش فروش توسط بازاریابی ایمیلی

چرا باید از ایمیل برای بازاریابی و افزایش فروش استفاده کنیم؟

برای افزایش فروش، صاحب یک وب سایت چه کار می کند؟ مطمئناً جذب ترافیک که البته کار بسیار خوبی است. اما نکته مهم این است که تصور آن‌ها برای افزایش فروش این است، تبلیغات زیادی را انجام دهیم، کاربران زیادی وارد سایت شده و شاید از سایت خرید کنند. متأسفانه با این روش هزینه زیادی را می‌پردازند و ممکن است بازگشت سرمایه گذاری تبلیغات خوبی نداشته باشند. در بسیاری از موارد می‌بینم که صاحب فروشگاه اینترنتی در همان سال اول نا امید شده و دامنه خودش را نیز تمدید نمی‌کند.

در تحلیلی که بین مشتریان خودمان انجام دادیم به این نتیجه رسیدیم که نرخ تبدیل وبسایت‌هایی که به این روش فعالیت بازاریابی خودشان را انجام می‌دهند بین ۰,۵ درصد تا ۱ درصد است. یعنی در بهترین شرایط از هر ۱۰۰ بازدید کننده سایت یک نفر از سایت آن‌ها خرید می‌کند. پیشنهاد می‌کنم فیلم چگونه نرخ تبدیل سایت را افزایش دهیم را در سایت مشاهده کنید، در این فیلم به شما نشان می‌دهم که چگونه با افزایش نرخ تبدیل وب سایت می‌توانید سود خودتان را افزایش دهید.

در بین این وبسایت‌ها مشاهده شد که از ۹۹ درصد باقی مانده ۱۸ درصد به خدمات سایت علاقه ای نداشتند و ۸۲ درصد علاقه‌مند به خدمات و محصولات سایت بودند ولی این افراد سایت را ترک می‌کردند، و شاید هیچ وقت به این سایت باز نمی‌گشتند، البته این آمار میانگین بین ۱۳۰ وبسایت اینترنتی ایرانی بود. اما نکته مهم این است. چگونه این ۸۲ درصد را به خریدار تبدیل کنیم؟ در این جا ایمیل به کمک ما می‌آید. با استفاده از استراتژی‌های بازاریابی ایمیلی، می‌توانیم اطلاعات این ۸۲ درصد

افزایش فروش توسط بازاریابی ایمیلی

را جمع آوری کرده و با ارسال اطلاعات کامل در زمینه خدمات و محصولات خودتان به این مخاطبین، آنان را تبدیل به خریدار کنید. در این کتاب به شما می‌گویم که چگونه اطلاعات این افراد را جمع آوری کنید و نرخ تبدیل فروش خودتان را افزایش دهید.

برای شروع کار به جای این که این ۸۲ درصد سایت شما را ترک کنند باید اطلاعات آنان را جمع آوری کنیم. در حقیقت لیست مشتریان خودمان را بسازیم!

ساخت لیست مشتریان

بسیاری از صاحبان کسب و کار اینترنتی می‌خواهند اطلاعات افراد علاقه‌مند به خدمات و محصولات خودشان را داشته باشند تا در صورتی که خدمات و محصولات جدیدی برای فروش دارند. این افراد را از طریق ایمیل با خبر کنند. اگر شما می‌خواهید که اطلاعات این علاقه‌مندان را جمع آوری کنید. این کتاب را دقیقاً برای شما نوشته‌ام. نکاتی که



در این کتاب برای شما می‌نویسم حاصل تحقیقات من در این زمینه، که بیش از پانزده سال است در سایت‌های خارجی پیاده سازی شده و همچنین حاوی تجربیات شخصی من برای سایت‌های فارسی زبان است. اهمیت جمع آوری اطلاعات علاقه‌مندان بسیار بالاست و انجام این کار یکی از مهم‌ترین وظایف یک صاحب وب سایت است. برای مثال مطمئن هستم که شما شرکت Kaspersky را می‌شناسید. این شرکت نرم افزار ضد ویروس تولید می‌کند و یکی از معتبرترین و معروف‌ترین شرکت‌ها در

افزایش فروش توسط بازاریابی ایمیلی

این زمینه است. در صورتی که بخواهید از این وبسایت نرم افزار نسخه سی روزه آن را به صورت رایگان دریافت کنید، قبل از هر کاری، نام و ایمیل شما را دریافت می کنند. اگر نام و ایمیل خودتان را در اختیار این سایت قرار دهید، تا پایان این مدت سی روزه ایمیل های پی در پی را دریافت می کنید و شرکت با یاد آوری زمان به پایان رسیدن این سی روز شما را تشویق به خرید نسخه یک ساله آن می کند. حتی در صورت خرید محصول در طول سال خبرنامه این شرکت را دریافت می کنید. شرکت هایی مانند Apple، Sony و دیگر شرکت های معروف نیز این کار را انجام می دهند زیرا بدست آوردن اطلاعات بازار هدف برای یک کسب و کار بسیار مهم و حیاتی است.

نکته مهم در مورد ساخت لیست علاقه مندان این است که، اگر شما رتبه خوبی در موتورهای جستجو داشته باشید، اگر ترافیک خوبی را از سایت های اجتماعی دریافت کنید و یا ترافیک خوبی را از وب سایت های دیگر دریافت کنید. هیچ کدام از این ها دارائی شما نیستند. زیرا ممکن است یک روزی دیگر ترافیک خوبی از گوگل، سایت های اجتماعی و سایت های مختلف دریافت نکنید و یا رقیبان شما این رتبه های خوب را از شما بگیرد. ولی رقیب شما نمی تواند لیست مشتریانان را از شما بگیرد. همان طور که گفتم دارائی یک کسب و کار لیست مخاطبین و مشتریان آنها است. در این کتاب به نحوه جمع آوری اطلاعات علاقه مندان و نکات کلیدی بازاریابی ایمیلی می پردازم.

بازاریابی ایمیلی بر اساس کسب اجازه

اگر شما می خواهید لیست مشتریان احتمالی خودتان را جمع آوری کنید، به جای این که خودتان

افزایش فروش توسط بازاریابی ایمیلی

ایمیل و نام آن‌ها را به لیست خود اضافه کنید قبل از آن از آن‌ها کسب اجازه کنید. شرایطی را برای مخاطبین خودتان پیاده سازی کنید که با کمال میل اطلاعات خودشان را در اختیار شما قرار دهند. برای مثال: ما در وبسایت خودمان ۳ هدیه رایگان برای مخاطبین سایت طراحی کرده‌ایم.



۱- بهینه سازی ساختار سایت برای موتور های جستجو.

۲- دوره آموزشی راه اندازی وب سایت.

۳- ده روش سریع برای افزایش سریع فروش وبسایت‌ها.

با طراحی این هدایای رایگان، کاربرانی که به هر کدام از موارد بالا علاقه‌مند باشد. اطلاعات خودشان را در اختیار ما قرار می‌دهند و هدیه خود را دریافت می‌کنند. اگر شما این کتاب را از طریق ایمیل ما به صورت مستقیم از سایت دریافت کرده‌اید. قبلاً، حتماً یکی از هدایای رایگان سایت را دریافت کرده‌اید. در این شرایط شما به ما اجازه داده‌اید که خبرنامه های خود را برای شما و دیگران ارسال کنیم. بازاریابی ایمیلی به شیوه نوین یعنی همین روش. جمع آوری اطلاعات مخاطبین با کسب اجازه، البته آنان در هر زمان که مایل باشند باید بتوانند خود را از لیست شما حذف کنند.

کیفیت در مقابل تعداد

وقتی که لیست مخاطبین سایت خودتان را می‌سازید باید به این نکته مهم توجه کنید. برخی از شرکت‌ها تصورشان این است که هر چه لیست بزرگ‌تر باشد بهتر است. بنابراین هدیه ای تولید

افزایش فروش توسط بازاریابی ایمیلی

می‌کنند و به بازدید کنندگان خودشان پیشنهاد می‌کنند، که هر فردی که وارد سایت می‌شود، آن را دریافت می‌کند. با انجام این کار وقت و منابع خودتان را مصرف می‌کنید. دقت کنید که باید سیستم جمع آوری لیست مخاطبین شما به گونه ای باشد که افرادی که به خدمات و محصولات شما علاقه‌مند هستند عضو لیست شما شوند، نه هر بازدیدکننده ای که وارد سایت شما می‌شود.

برای مثال اگر شما هدیه ای برای افزایش فروش وبسایت دارید، نباید در متن صفحه هدیه بنویسید که با دریافت این کتاب و مطالعه آن ثروتمند می‌شوید، با انجام این کار هر فردی که به ثروتمند شدن علاقه‌مند است، مطمئناً این کتاب را دریافت می‌کند و شاید هم برخی از مخاطبین واقعی به محصول شما بی اعتماد شده و محصول شما را دریافت نکنند. در صورتی که بهترین متن برای محصول شما افزایش سریع فروش برای صاحبان وبسایت است. یکی از محصولات هدیه سایت ما به این نام است. تمامی افرادی که این هدیه را که یک فایل صوتی آموزشی است را دریافت می‌کنند صاحب وبسایت هستند زیرا این محصول این افراد را هدف خود قرار داده است.

پس به این نکته باید توجه کنید که ساخت لیست باید کاملاً اصولی باشد. در این سیستم باید فقط و فقط، ایمیل افرادی را جمع آوری کنید که به خدمات و محصولات شما علاقه‌مند هستند. با انجام این کار می‌توانید به دقت نرخ تبدیل اعضای لیست به خریداران خودتان را محاسبه کنید. با پیاده سازی صحیح این سیستم شاهد افزایش فروش خودتان خواهید بود چون پیام خودتان را دقیقاً به بازار هدفتان ارسال می‌کنید.



افزایش فروش توسط بازاریابی ایمیلی

چگونه اطلاعات مخاطبین خدمات و محصولات خودمان را جمع آوری کنیم؟

خوب تا این جای کار با مزایای ساخت لیست علاقه‌مندان به خدمات و محصولات سایت آشنا شدید. حالا نوبت این است که این سیستم را در سایت خودمان پیاده سازی کنیم و از همین امروز جمع آوری اطلاعات علاقه‌مندان سایت را شروع کنیم.

برای جمع آوری اطلاعات مخاطبین باید یک محصول هدیه تولید کنیم. این محصول هدیه می‌تواند یک کتاب آموزشی، فایل صوتی و تصویری و یا پیشنهاد یک خبرنامه باشد. در سایت یک مقاله رایگان قرار دارد که با مطالعه آن می‌توانید نحوه تولید این محصولات رایگان را مشاهده کنید. پس از این که محصول خودتان را تولید کردید باید آن را در صفحه قرار دهید که به این سه نام شهرت دارد:



۱- Landing Page

۲- OPT-in Page

۳- Squeeze Page

طراحی این صفحه با بقیه صفحات سایتتان متفاوت است. در این صفحه هیچ کدام از المان‌های اصلی سایت شما وجود ندارد. در این صفحه کاربر فقط یک انتخاب دارد. یا به محصول هدیه شما علاقه‌مند می‌شود و اطلاعات خود را وارد کرده و آن را دریافت می‌کند و یا این که به محصول شما علاقه‌ای ندارد و صفحه را ترک می‌کند. شاید از خودتان پرسید که چرا باید به این گونه طراحی شود. در ابتدا انجام این کار برای من خیلی سخت بود. چون هزینه‌های تبلیغاتی زیادی برای گوگل و تبلیغات بنری در

افزایش فروش توسط بازاریابی ایمیلی

سایت‌های مرتبط با کار خود می‌دام. و مخاطبین را مستقیماً به صفحه دریافت کتاب بهینه سازی سایت هدایت می‌کردم. مخاطبین یا محصول را دریافت می‌کردند و یا سایت را ترک می‌کردند. ولی با مشاهده نتایج مثبت به این کار ادامه دادم، دلیل آن کاملاً روشن است. اگر فرد به محصول علاقه داشته باشد حتماً محصول را دریافت می‌کند. یعنی در حقیقت به خدمات و محصولات آتی شما علاقه‌مند است. ولی اگر این کار را نکند و سایت را ترک کند مطمئن باشید به احتمال زیاد به خدمات و محصولات شما علاقه‌مند نیست و یا اگر کاربر هدف وارد سایت شده نتوانسته‌اید محصول خوبی برای جذب وی طراحی کنید. پس با جمع آوری اطلاعات افراد علاقه‌مند می‌توانید با ارسال ایمیل‌های اصولی آنان را به خریدار تبدیل کنید. با این روش شما می‌توانید به راحتی علاقه‌مندان وبسایت را از سایر بازدیدکنندگان سایت جدا کرده و آنان را در لیست ارزشمند خودتان قرار دهید.

در مورد صفحه OPT-in و نمونه‌های آن در این کتاب نکاتی را برای شما نوشته‌ام.

روش‌های جمع آوری اطلاعات علاقه‌مندان:

بعد از این که کاربران اطلاعات خودشان را در اختیار شما قرار دادند. به صفحه ای هدایت می‌شوند که اطلاعات کامل برای دسترسی به محصول هدیه را به مخاطب نشان می‌دهد.

ما برای جمع آوری اطلاعات مخاطبین از دو روش استفاده می‌کنیم که مزایا و معایب هر کدام را برای شما می‌نویسم:

۱- کسب اجازه یک مرحله ای

۲- کسب اجازه دو مرحله ای.

افزایش فروش توسط بازاریابی ایمیلی

کسب اجازه یک مرحله ای:

در این روش کاربر پس ارائه اطلاعات خود به صفحه ای هدایت می شود که می تواند محصول را دریافت کند. و یا این که پیامی به او نمایش داده شود که محصول به ایمیل وی ارسال شده است. رشد لیست شما در این روش بسیار بیشتر از روش دو مرحله ای است.

مزیت:

کاربر به آسانی می تواند محصول شما را دریافت کند. و در این روش از سایت شما بسیار خوشنود است.

معایب:

ممکن است این افراد واقعاً به خدمات و محصولات ما علاقه مند نباشند.

مهم ترین عیب این روش این است که مخاطب اگر ایمیل خودش را به اشتباه وارد کند به محصول دسترسی داشته و شما ایمیل غیر فعال در لیست خودتان خواهید داشت.

اگر محصول را به ایمیل مخاطب خودتان ارسال کنید در صورتی که کاربر ایمیل خودش را به اشتباه وارد کند پیام محصول به ایمیل شما ارسال شد نمایش داده می شود ولی کاربر ایمیلی را دریافت نمی کند و بسیار به سایت شما بدبین خواهد شد.

در طولانی مدت جدا کردن ایمیل های صحیح از ناصحیح ممکن نیست و شما در هر ارسال برگشتی های زیادی خواهید داشت.

کسب اجازه دو مرحله ای:

افزایش فروش توسط بازاریابی ایمیلی

در این روش پس از این که کاربر اطلاعات خود را در اختیار شما قرار داد پیامی به او نمایش داده می‌شود که یک کد تأیید به ایمیل کاربر ارسال شده است و در صورتی که کاربر بر روی این لینک کلیک کند. محصول هدیه برای او ارسال خواهد شد. مهم‌ترین مزیت این روش این است که با این تأیید دو مرحله‌ای کاربر علاقه خودش را به خدمات سایت شما نشان داده است. و همواره شما در لیست خودتان ایمیل‌های صحیح تأیید شده کاربران خودتان را دارید. به نظر من اگر در ابتدای پیاده‌سازی این سیستم در سایت خودتان هستید حتماً از این روش برای جمع‌آوری اطلاعات مخاطبین خودتان استفاده کنید.

صفحه تشکر از کاربر

وقتی که کاربر اطلاعات خودش را در اختیار ما قرار می‌دهد باید به این صفحه از سایت هدایت شود

خیلی ممنونیم

خیلی ممنون از درخواست شما برای دریافت کتاب رایگان بهینه‌سازی سایت شما بهترین تصمیم را برای پیشرفت کسب و کار خود گرفته‌اید. کتاب را برای شما ارسال کردیم. تا حداکثر 15 دقیقه دیگر ایمیل را دریافت خواهید کرد. امکان دارد ایمیل به شاخه Bulk شما برود لطفاً این شاخه را نیز چک کنید. و در صورتی بودن در این شاخه ایمیل را باز کرده و بر روی not spam کلیک کنید.

با استفاده از مقالات سایت شما را از آخرین تغییرات در زمینه بهینه‌سازی سایت برای موتورهای جستجو و موفقیت در کسب و کار اینترنتی آگاه می‌کنیم.

همانطور که به شما قول داده بودیم کتاب بهینه‌سازی ساختار سایت برای موتورهای جستجو را الآن به **ایمیل شما ارسال کردیم**. لطفاً ایمیلتان را چک کنید.

به شما تبریک می‌گوئیم! شما در راه موفقیت در کسب و کار و رتبه‌های بهتر در موتورهای جستجو قدم گذاشته‌اید.

با آرزوی سلامتی برای شما

مدیر سایت

افزایش فروش توسط بازاریابی ایمیلی

در این صفحه در ابتدا از کاربر بابت ارائه اطلاعات خود به وب سایت تشکر و قدردانی می‌شود. باید این نکته را به مخاطبین خودتان بگویید که از این به بعد نزد سایت شما چه جایگاهی دارند. سپس باید اطلاعات کامل دریافت هدیه را در اختیار مخاطب خودتان قرار دهید. اگر از روش یک مرحله ای استفاده می‌کنید، محصول را در اختیار مخاطب قرار دهید و در صورتی که از روش دو مرحله استفاده می‌کنید. از کاربر درخواست کنید که ایمیل خودش را چک کند و بر روی لینک فعال سازی کلیک کند.

یکی از نکات مهمی که در صفحه تشکر باید رعایت کنید، این است که کاربر با ارائه اطلاعات خود به شما اثبات کرده است که به خدمات شما علاقه‌مند است. پس در این صفحه می‌توانید به صورت برجسته کاربر را با خدمات و محصولات خودتان آشنا کنید. اگر محصولی مرتبط با این محصول هدیه دارید، کاربر را به آن صفحه هدایت کنید. بسیاری از مخاطبین پس از ارائه اطلاعات خودشان معمولاً سایت را ترک می‌کنند. ولی این آغاز یک ارتباط است. سایت شما باید به سیستمی مجهز باشد که کاربر پس از ارائه اطلاعات به صورت منظم ایمیل‌هایی را به مخاطب ارسال کند و وی را با خدمات و محصولات شما به خوبی آگاه کند و با ارسال پیشنهادی رد نشدنی در آخرین ایمیل، کاربر را ترغیب به خرید از محصولات و خدمات سایت شما بکند.

روش‌های ارسال ایمیل:

افزایش فروش توسط بازاریابی ایمیلی

۱- HTML

۲- TEXT

۳- MIME

در ابتدای کارم یک ایمیل از نوع متن به نیمی از ایمیل‌های لیستم ارسال کردم و به نیمه دیگر لیست همان ایمیل را به صورت HTML و با رنگ و نوشته‌های خوانا تر ارسال کردم. نتیجه بسیار جالب بود. نرخ تبدیل HTML دو برابر TEXT بود. بر اساس این آزمون تمامی ایمیل‌های ارسالی سایت را به روش HTML ارسال می‌کنم. ولی برخی از کاربران هستند که فقط می‌توانند ایمیل را به صورت TEXT دریافت کنند، به همین دلیل در هر مانی که ایمیلی را ارسال می‌کنم به شیوه MIME ارسال می‌کنم یعنی در ایمیل هر دو فرمت HTML و TEXT وجود دارد و بنا بر نرم افزار دریافت کننده این فرمت به مخاطب نمایش داده می‌شود. البته در سیستم ایمیل سایت این انتخاب را به کاربر داده‌ایم که خود انتخاب کند که ایمیل را به صورت HTML در یافت کند یا TEXT.

در هنگام ارسال سعی کنید هر دو فرمت در ایمیل‌های شما باشد، بسیاری از نرم افزار های مدیریت ایمیل این امکان را دارند.

ایمیل‌هایی که به صورت HTML ارسال می‌شوند، بیشتر کاربران را به مطالعه متن ترغیب می‌کنند. در این فرمت شما می‌توانید به کاربر نشان دهید که به کدام بخش از نامه شما توجه کند. و می‌توانید در این فرمت از رنگ و طراحی سایت خودتان برای برند سازی استفاده کنید. در این فرمت ایمیل، کاربران به راحتی می‌توانند روی لینک شما کلیک کنند و می‌توانید نرخ تبدیل کلیک ایمیل‌های خودتان را افزایش

افزایش فروش توسط بازاریابی ایمیلی

دهید. در صورتی که در ایمیل‌های متنی نمی‌توانید این کار را انجام دهید. تجربه من از ایمیل‌های ارسالی سایت خودم و ایمیل‌های مشتریانم این است که ایمیل‌های HTML بهتر هستند.

نکات مهم درباره ایمیل‌های HTML:

۱- در زمانی که ایمیل را طراحی می‌کنید. نوشته‌ها را به گونه‌ای قرار دهید که در لحظه‌ای که کاربر ایمیل شما را باز کرد به سرعت بتواند مطلب مورد نظر شما را مطالعه کند. سعی کنید از تصاویر کمتری استفاده کنید. زیرا بسیاری از سیستم‌های دریافت ایمیل از ورود ایمیل با تصاویر بالا جلوگیری می‌کنند. و نکته مهم دیگر این است که بسیاری از مخاطبین ایمیل‌های خودشان را به صورت آفلاین مطالعه می‌کنند و در این شرایط نمی‌توانند تصاویر ایمیل را مشاهده کنند مگر اینکه تصاویر را ضمیمه نامه کنید که این روش هم مزایا و معایب خودش را دارد.

۲- تجربه خودتان را در مورد فرمت HTML بیشتر کنید. از رنگ‌های زمینه متفاوتی استفاده کنید. از یک ستون به جای دو یا سه ستون در ایمیل‌ها استفاده کنید. سعی کنید جملات کلیدی ایمیل خودتان را برجسته کنید.

۳- ایمیل‌های خودتان را کوتاه و مختصر ارسال کنید. بر اساس تجربیات من، کاربران علاقه‌ای به خواندن ایمیل‌های طولانی ندارند. بنابراین سعی کنید ایمیل‌های خودتان را کوتاه و مختصر طراحی کنید و برای مطالعه ادامه ایمیل، کاربران را به صفحه مربوطه هدایت کنید. طولانی بودن متن ایمیل باعث افزایش حجم ایمیل‌های ارسالی شما شده و باعث نارضایتی کاربران می‌شود.

۴- با استفاده از این فرمت شما می‌توانید لینک‌های طولانی را به لینک‌های کوتاه‌تری تبدیل کنید، و

افزایش فروش توسط بازاریابی ایمیلی

ایمیل خودتان را زیبا تر کنید.

نکته نهایی:

انتخاب با شماست که از کدام فرمت برای ارسال‌های خودتان استفاده کنید. ولی بهترین روش این است که حق انتخاب دریافت هر کدام از این روش‌ها را به مخاطبین خودتان بدهید. با این کار می‌توانید احساس کنترل بهتری را به مخاطبین خودتان بدهید. اگر این احساس را در مخاطبین خودتان ایجاد کنید آن‌ها ارتباط بهتری با سایت و شرکت شما برقرار می‌کنند.

ساختار ایمیل

در این بخش می‌خواهم نکات مهم ساختار ایمیل ارسالی را برای شما توضیح دهم. رعایت هر کدام از این بخش‌ها، می‌تواند تأثیر مستقیمی بر افزایش فروش و اعتبار شما داشته باشد.

نام ارسال کننده:

نام ارسال کننده یکی از بخش‌های مهم ایمیل ارسالی شما است، در این بخش باید نام برند خودتان را بنویسید. اگر به صورت شخصی کار می‌کنید یعنی تجارت شما بر اساس نام شخص شما است، در این بخش نام خودتان را بنویسید. و در صورتی که ارسال کننده برند و یا شرکت شما، نام شرکت خودتان را در این بخش بنویسید. نکته مهم این بخش این است که کاربران اینترنت تقریباً هر روز ایمیل‌های خودشان را چک می‌کنند. وقتی وارد ایمیل خودشان می‌شوند ابتدا نام ارسال کننده‌ها را چک می‌کنند که ببینند آیا دوستان و سایت‌های مورد علاقه آن‌ها ایمیلی ارسال کرده است یا خیر، پس اگر نام برند خودتان را

افزایش فروش توسط بازاریابی ایمیلی

ننویسید و یا چیزی به غیر از آن بنویسید به احتمال خیلی زیاد مخاطب ایمیل شما را مطالعه نخواهد کرد.

ایمیل ارسال کننده:

در این بخش باید ایمیلی را بنویسید که مربوط به ایمیل شما ست. مثلاً اگر شما خبرنامه ارسال می کنید، این بخش می تواند **no-reply** و یا **news** باشد. بسیاری از کاربران از طریق این ایمیل با شما ارتباط برقرار می کنند و این ایمیل را در بخش ایمیل های امن نرم افزار خود قرار می دهد. پس سعی کنید نامی مناسب را انتخاب کرده و دیگر آن را تغییر ندهید.

پیشنهاد می کنم این ایمیل را همیشه چک کنید. ممکن است ایمیل برای آن ها سؤالی را ایجاد کند و روی همان نامه برای شما سؤال خودشان را ارسال کنند.

عنوان نامه

عنوان نامه یکی از بخش های مهم یکی ایمیل است. حتی در شرایطی که نام ارسال کننده و برند برای مخاطب مورد اطمینان باشد، اگر از عنوانی جذاب استفاده نکنید ممکن است کاربر توجهی به ایمیل شما نکند و ایمیل شما را باز نکند. عنوان نامه شما باید جذاب باشد. البته اگر خبرنامه ارسال می کنید و محتوای خوبی را در خبرنامه ارسال می کنید. می توانید خبرنامه را به همراه بهترین عنوان و شماره آن خبرنامه ارسال کنید. در صورتی که پیام مهمی برای مخاطبین خودتان دارید، باید این پیام مهم به طور واضح، در عنوان نامه شما باشد. توجه داشته باشید که عنوان یکی از بخش های مهم یک ایمیل است و اگر به خوبی

افزایش فروش توسط بازاریابی ایمیلی

انتخاب نشود نرخ باز شدن ایمیل‌های شما بسیار کم خواهد بود.

متن ایمیل

متن ایمیل در حقیقت مهم‌ترین بخش می‌باشد. در صورتی که کاربر ایمیل را باز کند باید به سرعت پیام اصلی خودتان را به مخاطب بگویید شاید برای این جلب توجه کمتر از ۱۰ ثانیه زمان داشته باشید. در هنگامی که ایمیل مخاطبین خودتان را جمع آوری می‌کنید نام آنها را نیز دریافت کرده‌اید. شروع نامه شما می‌تواند با سلام به مخاطب باشد. برای مثال:

سلام، کاربر محترم علی نورهانی

و یا اگر نام آنها را جمع آوری نکرده‌اید می‌توانید به شیوه زیر بنویسید:

سلام، کاربر گرامی مدیرسایت

البته به نظر من بهتر است که، نام کاربران خودتان را جمع آوری کنید. و در هنگام ارسال، ایمیل خودتان را شخصی سازی کنید. در این شرایط کاربر احساس بهتری برای ارتباط با تجارت شما خواهد داشت. سعی کنید مهم‌ترین پیام خودتان را در اولین پاراگراف مطرح کنید. و با بیان چند جمله کلیدی مهم، از کاربر درخواست کنید که بر روی لینک داخل ایمیل کلیک کرده و وارد صفحه مربوطه شود تا اطلاعات کامل‌تری را دریافت کند. هرگز تمامی محتوای آن صفحه به همراه اطلاعات کامل تماس را در ایمیل ارسال نکنید. هدف اصلی این است که کاربران را به سایت برگردانید.

افزایش فروش توسط بازاریابی ایمیلی

لغو عضویت:

حتماً امکان لغو عضویت را در ایمیل‌های ارسالی خودتان قرار دهید. اگر کاربر نمی‌خواهد ایمیلی را از سوی شما دریافت کند هیچ اجباری نباید باشد. اجازه بدهید که این افراد خود را از لیست شما حذف کنند. اگر این امکان در ایمیل‌های شما نباشد. کاربر بر روی دکمه SPAM کلیک می‌کند و از این به بعد ایمیل‌های شما به شاخه JUNK آن کاربر ارسال خواهد شد و هزینه ارسال ایمیل شما افزایش خواهد یافت. این نکته را در نظر داشته باشید که اگر کاربر درخواست لغو عضویت کرد سیستم شما حتماً دلیل لغو عضویت وی را بپرسد. شاید شما در ارسال خود باعث نارضایتی وی شده‌اید و یا به اشتباه عضو لیست شما شده است.

آدرس کامل پستی:

در ایمیل‌های ارسالی خودتان باید آدرس کامل پستی شرکتتان را به زبان انگلیسی به همراه شماره تماس خودتان را بنویسید. این یکی از قوانین ارسال ایمیل است و در صورت رعایت نکردن این مورد ممکن است ایمیل‌های شما به عنوان اسپم شناخته شوند.

ساخت صفحه OPT-in

در این صفحه هدف اصلی ما جمع‌آوری اطلاعات افراد علاقه‌مند به خدمات و محصولات ما می‌باشد. مهم‌ترین نکته در مورد این صفحه این است که تمامی افرادی که به سایت شما مراجعه می‌کنند مخاطب

افزایش فروش توسط بازاریابی ایمیلی

خدمات شما نیستند. پس نباید این صفحه را به گونه ای طراحی کنیم که تمامی افراد ترغیب به ارائه اطلاعات خودشان شوند. این صفحه، باید طوری طراحی شود که فقط و فقط افراد علاقه مند به خدمات شما اطلاعات خودشان را وارد کنند. شاید این جمله را چند بار تکرار کرده باشم ولی این نکته بسیار مهم است و حتماً باید آن را رعایت کنید.

دریافت رایگان کتاب

برای دریافت رایگان این کتاب الکترونیکی، فرم زیر را پر کنید. سپس این کتاب به ایمیل شما ارسال خواهد شد. تا دریافت این کتاب جنجالی 5 ثانیه فاصله دارید.



<input type="text"/>	نام
<input type="text"/>	ایمیل
دریافت به صورت PDF <input checked="" type="radio"/>	
<input type="button" value="دریافت کتاب"/>	

همانطور که گفتم این صفحه بسیار ساده است. کاربر یا اطلاعات خود را وارد می کند و یا سایت را ترک می کند. این صفحه از بخش های زیر تشکیل شده است:

- ۱- عنوان.
- ۲- تصویر هدیه.

افزایش فروش توسط بازاریابی ایمیلی

۳- جملات کلیدی.

۴- توضیحات.

۵- پیشنهاد منحصربه‌فرد.

۶- فرم دریافت اطلاعات علاقه‌مندان.

عنوان صفحه:

یکی از بخش‌های مهم این صفحه عنوان آن است. کاربر پس از ورود به این صفحه دو بخش نظرش را جلب می‌کند: ۱- عنوان . ۲- تصویر هدیه.

عنوان باید حاوی بزرگ‌ترین مشکل کاربر باشد. در حقیقت هدف محصول هدیه شما این است که مشکلات کاربر را برطرف کند. بنابراین شما باید مهم‌ترین مشکل کاربر را به او نشان دهید. اگر عنوان خودتان را به خوبی انتخاب کنید. کاربران حتماً ادامه صفحه را مطالعه می‌کنند. نوشتن عنوان این صفحه با عناوین دیگر صفحات سایت کاملاً متفاوت است.

تصویر هدیه:

اگر محصول هدیه شما یک کتاب الکترونیکی است می‌توانید با استفاده از اکشن‌های فتوشاپ نمای سه بعدی بسیار زیبایی از محصول خودتان بسازید. جلد محصول بسیار مهم است و باید پیامی واضح از مطالب داخل آن را به کاربر بدهد. بر روی جلد عنوان کتاب را به صورت درشت و برجسته بنویسید. و

افزایش فروش توسط بازاریابی ایمیلی



از چند جمله کلیدی در آن استفاده کنید. نام خودتان را بر روی آن نیز بنویسید.

می‌توانید کتاب را چاپ کنید و از آن عکس بگیرید و تصویر آن را در این صفحه قرار دهید.

جملات کلیدی:

جملات کلیدی یکی از بخش‌های مهم یک صفحه OPT-in است. زیرا با نوشتن این جملات می‌توانید تأثیر مستقیمی بر ذهن مخاطب خودتان بگذارید و وی را ترغیب به ارائه اطلاعاتش کنید. نوشتن جملات کلیدی کار سختی نیست می‌توانید به صفحه هدایای مدیرسایت مراجعه کنید و نمونه‌هایی از این جملات را به عنوان الگو استفاده کنید. نکته مهم در نوشتن جملات کلیدی این است که باید کاربران را با مهم‌ترین دغدغه آن‌ها آشنا کنید. و محصول هدیه خودتان را تنها راه حل این مشکلات معرفی کنید. در این شرایط مطمئن باشید فردی که به خدمات شما علاقه‌مند است با خواندن این جملات محصول شما را دریافت خواهد کرد.

توضیحات:

پس از این که جملات کلیدی را نوشتید حالا نوبت این است که درباره محصول هدیه خودتان توضیحاتی

افزایش فروش توسط بازاریابی ایمیلی

را بنویسید. دقیقاً برای کاربر بنویسید که با دریافت و خواندن این محصول هدیه چه مشکلاتی را می‌تواند حل کند. در حقیقت، این محصول رایگان یک پیشنهاد رد نشدنی برای مخاطب است.

پیشنهاد منحصر به فرد:

در این بخش پیشنهاد خودتان را باید به کاربر بدهید. خواندن این پیشنهاد کاربر اطلاعات خودش را در اختیار شما قرار خواهد داد. در حقیقت باید از جملات دعوت به اقدام استفاده کنید. از کاربر بخواهید که نام و ایمیل خودش را در اختیار شما قرار دهد.

فرم دریافت اطلاعات علاقه‌مندان

بخش مهم صفحه شما فرم دریافت اطلاعات کاربران است. حداقل این فرم باید دارای بخش نام و ایمیل باشد. هرچه تعداد بخش‌های فرم‌ها را بیشتر کنید. کاربران کمتر تمایل به پر کردن فرم خواهند داشت. حتی برخی از سایت‌های جدید فقط ایمیل مخاطب را دریافت می‌کنند. ولی پیشنهاد من این است که حتماً نام و ایمیل مخاطب را دریافت کنید.

ایمیل‌های پیگیری:

یکی از مهم‌ترین بخش‌های هر سیستم بازاریابی ایمیلی پیگیری مخاطبین عضو لیست است. وقتی بازدیدکنندگان وارد سایت شما می‌شوند محصولات شما را مشاهده می‌کنند، ولی در آن شرایط یا امکان خرید برای آن‌ها فراهم نیست و یا اطلاعات کافی در مورد محصول به دست نیاورده‌اند تا از سایت خرید

افزایش فروش توسط بازاریابی ایمیلی

کنند. در حقیقت شما محصولی با کیفیت برای آنان ساخته‌اید ولی در بازدید اول معمولاً خریدی انجام نمی‌شود. به همین دلیل باید بازدید کنندگان را به صفحه OPT-IN هدایت کنید. در صورتی که بازدید کننده محصول هدیه شما را دریافت کند، حتماً به محصول شما نیز علاقه‌مند است. پس از این که کاربر سایت را ترک کرد باید در سیستم بازاریابی ایمیلی خودمان، برنامه ارسال ایمیل‌های منظم را پیاده سازی کنیم.

در این مرحله است که کاربر به مرور زمان به سایت باز می‌گردد و بیشتر به خدمات و محصولات ما اعتماد می‌کند و در نهایت محصولات سایت را خریداری می‌کنند. پیاده سازی این ایمیل‌ها در نرم افزار های مدیریت ایمیل بسیار آسان است. در این کتاب دو سرویس وب معروف و دو نرم افزار حرفه ای برای وبسایت را معرفی کرده‌ام.

وقتی که یک لیست در این نرم افزارها ایجاد می‌کنیم، می‌توانیم یک سری ایمیل برای ارسال به اعضای جدید لیست تعریف کنیم، برای مثال بعد یک روز از لحظه ای که کاربر عضو لیست شد یک ایمیل حاوی اطلاعات کامل تر در زمینه محصول خودتان ارسال کنید می‌توانید شش ایمیل برای ارسال تعریف کنید. البته تعداد این ایمیل‌ها بستگی به نوع محصول و خدمات شما دارد. به عنوان مثال ما در سایت خود دوره آموزشی راه اندازی سایت را قرار داده‌ایم. کاربرانی که به این دوره علاقه‌مند باشند طی پنج روز پنج درس برای آنها ارسال می‌شود که کاملاً به صورت خودکار است. در روز آخر یک ایمیل برای کاربر ارسال شده و با پیشنهادی جذاب محصول آموزش طراحی سایت را به کاربر پیشنهاد می‌کند. ایمیل آخر از همه مهم تر است زیرا پیشنهاد رد نشدنی را به کاربر ارسال می‌کند. در آن لحظه کاربر تصمیم می‌گیرد که آیا

افزایش فروش توسط بازاریابی ایمیلی

محصول برای وی مفید است یا خیر. اگر این ایمیل‌ها را به خوبی طراحی کنید می‌توانید نرخ تبدیل اعضای لیست به خریدار و یا در حقیقت فروش سایت خودتان را افزایش دهید.

ترافیک موثر

ترافیک موثر یکی از مواردی است که تأثیر مستقیمی بر نرخ تبدیل بازدید کننده به عضو لیست شما دارد. شما باید از منابع ترافیکی کاربران را به سایت خودتان هدایت کنید که علاقه‌مند به خدمات و محصولات شما هستند. اگر از سایت‌های غیر مرتبط با خدمات سایتتان، بازدید کنندگان به صفحه -OPT-IN شما وارد شوند بسیاری از آن‌ها صفحه شما را ترک می‌کنند. بنابراین سعی کنید همواره کاربران هدف را به این صفحه هدایت کنید. در زیر لیستی از منابع ترافیکی مناسب برای کسب و کار شما را معرفی می‌کنم:

۱- بهینه سازی سایت برای موتور های جستجو - سئو

۲- تبلیغات کلیک گوگل

۳- تبلیغات بنری در سایت‌های مرتبط با زمینه کاری شما.

۴- ارسال ایمیل به لیست ایمیل سایت‌های همکار شما.

۵- سایت‌های اجتماعی.

۶- انجمن‌ها و وبلاگ‌های مرتبط با کار شما.

۷- نشریه ها.

افزایش فروش توسط بازاریابی ایمیلی

نرم افزار های مورد نیاز

برای پیاده سازی این سیستم در سایت می توانیم به دو روش کار را انجام دهیم:

۱- استفاده از نرم افزار تحت وب

۲- سایت های ارائه دهنده خدمات بازاریابی ایمیلی

نرم افزارهای تحت وب:

نرم افزارهایی هستند که می توانیم با نصب آنها بر روی وب سایت خودمان، سیستم ساخت لیست علاقه مندان را پیاده سازی کنیم. در زیر دو نرم افزار معروف تحت وب را برای شما معرفی می کنم:

OEMpro

Joomla - JNews

نرم افزار OEMpro یک نرم افزار قدرتمند در زمینه بازاریابی ایمیلی است.

با استفاده از این نرم افزار به راحتی می توانیم گروه های متفاوتی را ایجاد کنیم

و هر کدام از این گروه ها را مدیریت کنیم. برای مثال فرض کنید شما چهار

محصول هدیه دارید. در این نرم افزار می توانید چهار گروه مختلف بسازید و برای هر کدام فرم مجزا

بسازید. در این نرم افزار می توانید برای هر کدام از این گروه ها یک کد منحصر به فرد دریافت کنید و

در هر جای وب سایت خودتان این کد را قرار دهید، فرم دریافت اطلاعات نمایش داده می شود. توسط

این نرم افزار می توانید به راحتی ارسال های خودتان را مدیریت کنید و در صورتی که به صورت انبوه



افزایش فروش توسط بازاریابی ایمیلی

می‌خواهید ارسال داشته باشید. می‌توانید چندین سرور SMTP را برای ارسال به نرم افزار اضافه کنید. با استفاده از این نرم افزار می‌توانید تمامی برنامه های ارسال خودتان را مدیریت کرده و آمار کاملی از باز شدن ایمیل‌ها و کلیک‌های کاربران را مشاهده کنید.

نرم افزار JNews که یکی از کامپوننت های نرم افزار جوملا است. از نسخه های مختلف با کارایی‌های مختلف تشکیل شده که نسخه ابتدائی آن در حال حاضر رایگان است. حتی اگر نرم افزار سایت شما جوملا نیست هم می‌توانید از این نرم افزار برای جمع آوری ایمیل‌های علاقه‌مندان خود استفاده نمایید. کافی ست در یک



شاخه سایت خودتان یک جوملا نصب کنید و این کامپوننت را بر روی آن نصب کنید. و کدهای لازم این نرم افزار را در سایت اصلی خودتان قرار دهید. از ویژگی‌های نسخه رایگان این نرم افزار این است که می‌توانیم چندین گروه برای جمع آوری اطلاعات علاقه‌مندان ایجاد کنیم. و ایمیل‌های خودمان را برای این گروه‌ها به صورت جداگانه ارسال کنیم.

سایت‌های ارائه دهنده خدمات بازاریابی ایمیلی

سایت‌های معروفی هستند که مدیریت ایمیل‌های مشتریان شما را بر عهده می‌گیرند. با استفاده از این سایت‌ها می‌توانید به صورت آنلاین گروه‌های خودتان را ایجاد کرده و با قرار دادن یک کد ساده در سایت خودتان فرم عضویت را در سایت خودتان قرار دهید. با استفاده از این سیستم‌ها عملیات ارسال ایمیل‌های شما بر عهده این شرکت‌ها می‌باشد. البته استفاده از این سایت‌ها کاملاً رایگان نیست و هزینه

افزایش فروش توسط بازاریابی ایمیلی

های بسیار بالایی را برای مدیریت لیست شما دریافت می کنند.
در زیر دو شرکت معروف ارائه دهنده این خدمات را معرفی می کنم:

www.Aweber.com

www.icontact.com

از کدامیک برای سایت خود استفاده کنم؟

تصمیم با شماست در صورتی که می توانید هزینه های اشتراک این سایتها را بپردازید حتماً این سرویسها را توصیه می کنم. البته استفاده از این سرویسها، مزایا و معایب خودشان را دارند. برای مثال برخی از این سرویسها از زبان فارسی پشتیبانی نمی کنند. ولی مزیت آنها این است که به دلیل اعتبار و اصولی کار کردن آنها اکثر ایمیل های ارسالی از طریق این سرویسها به اینباکس کاربران ارسال می شود و همچنین سرعت ارسال در این سرویسها بسیار بالا تر از نرم افزار سایت است. توسط این سایتها به راحتی می توانیم ایمیل های پیگیری طراحی کنیم و در زمانی که کاربر عضو لیست می شود، ایمیل های پیگیری را در زمانهای تعیین شده به صورت خودکار ارسال خواهد کرد.

ولی در صورتی که می خواهید خودتان مدیریت لیست را بدست بگیرید. استفاده از نرم افزارها را به شما پیشنهاد می کنم. البته باید تمامی قوانین ارسال را رعایت کنید تا در لیست سیاه قرار نگیرید.

افزایش فروش توسط بازاریابی ایمیلی

بیست و نه نکته مهم بازاریابی ایمیلی:

- ۱- قبل از ارسال ایمیل تمامی بخشهای متن نامه خودتان را بررسی کنید.
- ۲- قبل از ارسال نامه خودتان را ویراستاری کنید و غلطهای املائی آن را برطرف کنید. وجود این غلطهای املائی میتواند شرکت و سایت شما را بی اعتبار کند.
- ۳- یک نسخه از ایمیل خودتان را به ایمیلهای خودتان در سرویس دهنده های مختلف ارسال کنید و ببینید که در کدامیک از آنها ایمیل به شاخه اینباکس رفته و در کدامیک به شاخه اسپم.
- ۴- تمامی لینکهای داخل ایمیل خودتان را بررسی کنید. ممکن است. برای ارسال ایمیل از قالب ایمیل قبلی استفاده کرده باشید و به همین دلیل لینکهای ایمیل قبلی در ایمیل فعلی شما باشند. قبل از ارسال حتماً این موارد را بررسی کنید.
- ۵- زمان ارسال خودتان را تنظیم کنید. حتی اگر از بهترین سرویسهای SMTP استفاده میکنید اصلاً ایده خوبی نیست که یکباره ده هزار ایمیل را ارسال کنید. طبق تجربه من برای ارسال از هاست خودتان بهترین تنظیم ارسال ایمیل چهار ارسال در هر دقیقه است.
- ۶- بهترین زمان ارسال ایمیلها شنبه ساعت هشت صبح است. هرگز ایمیلها را جمعه ارسال نکنید. زیرا تا صبح روز شنبه ممکن است کاربر ایمیلهای دیگری را نیز دریافت کند. باید ارسال را طوری تنظیم کنید که کاربر در زمانی که به محل کار خود میرود ایمیل شما جزو ۵ ایمیل اول لیستش باشد.
- ۷- هرگز اسپم ارسال نکنید. سعی کنید با روشی که در این کتاب افزایش فروش توسط بازاریابی ایمیلی گفته شد ایمیل علاقه‌مندان خودتان را جمع آوری کنید. ارسال اسپم هزینه زیادی را برای تجارت آنلاین

افزایش فروش توسط بازاریابی ایمیلی

شما ایجاد میکند.

۸- ایمیل یکی از عوامل اعتماد سازی میباشد. سعی کنید در نوشته های ارسالی خودتان کاری نکنید که این اعتماد کاربر از بین برود.

۹- در ایمیل های خودتان اصل سادگی را رعایت کنید. هر چه ایمیل شما ساده تر باشد خوانا تر خواهد بود. سعی کنید پیام خودتان را واضح به کاربر نشان دهید.

۱۰- محتوای ایمیل ارسالی خودتان را بر مبنای مهم به کم اهمیت مرتب کنید.

۱۱- کاربران را برای کلیک بر روی لینک ایمیل تشویق کنید. وقتی کاربران به سایت بر میگردند ممکن است به صفحه محصولات شما مراجعه کنند و محصولات شما را خریداری کنند.

۱۲- هرگز از کدهای جاوا در ایمیل های ارسالی خودتان استفاده نکنید. با انجام این کار ممکن است ایمیل شما به عنوان اسپم شناخته شود.

۱۳- تمامی کد های لازم را در داخل ایمیل قرار دهید. اگر از کد CSS در ایمیل استفاده میکنید آن را حتماً در داخل ایمیل قرار دهید.

۱۴- در ایمیل های ارسالی خودتان سعی کنید محتوای شما بیشتر از کد های HTML باشد.

۱۵- از گرافیک سایت خودتان در نامه های ارسالی استفاده کنید.

۱۶- حجم نامه خودتان را زیاد نکنید، برای اطلاعات بیشتر کاربر را به صفحه مورد نظر سایتتان هدایت کنید. برخی از کاربران ایمیل های خودشان را با موبایل چک میکنند به همین دلیل دوست ندارند ایمیل های حجیم دریافت کنند.

افزایش فروش توسط بازاریابی ایمیلی

۱۷- مطمئن شوید که سرور شما در لیست سیاه نیست. در صورتی که سرور شما در لیست سیاه باشد. هر چقدر هم نامه شما اصولی باشد تمامی ایمیل‌های شما یا به دست مخاطب نمیرسد و یا این که به شاخه اسپم آنها میرود.

۱۸- اگر از کلمات انگلیسی استفاده میکنید میان کلمات فاصله نیندازید. برای مثال کلمه world را به این صورت ننویسید: world

۱۹- از لغات اسپم در ایمیل خودتان استفاده نکنید لغاتی مانند رایگان به عنوان اسپم شناخته میشوند. میتوانید لیست این لغات را از طریق گوگل بدست آورید.

۲۰- اگر تنظیمات Reverse DNS را انجام دهید. ایمیلها بهتر ارسال خواهند شد. برای این کار میتوانید از شرکت ارائه دهنده هاست خودتان پیاده سازی و تنظیمات آن را درخواست کنید.

۲۱- همواره رقیبان خودتان را بررسی کنید. در لیست آنها عضو شوید و استراتژیهای بازاریابی ایمیلی آنان را مورد بررسی قرار دهید. توجه داشته باشید که ممکن است آنان نیز عضو لیست شما باشند.

۲۲- محتوایی را به کاربران پیشنهاد دهید که کاربر همیشه خواندن ایمیل‌های ارسالی شما اولین اولویت وی باشد.

۲۳- در هر صورت، اگر محتوای رایگان یا تجاری ارائه میکنید. مطمئن شوید که این اطلاعات به آسانی در جای دیگر در دسترس نیست. اخبار، تحلیلها و تجربیات تجاری شما جزو این موارد هستند. مطمئن شوید که محتوای شما آنقدر جذاب است که مخاطبین شما با اشتیاق ایمیل‌های شما را دنبال میکنند.

۲۴- در صورتی که شما به کاربران کمک کنید که مشکلات خود را حل کنند آنها به افراد وفاداری

افزایش فروش توسط بازاریابی ایمیلی

تبدیل خواهند شد و همیشه اخبار شما را دنبال میکنند.

۲۵- سعی کنید بخشی از محتوای سایت خودتان را به صورت صوت و تصویر تولید کنید و در ایمیلهای خودتان این فایلها را به صورت رایگان و انحصاری در اختیار مخاطبین لیست خودتان قرار دهید. با انجام این کار ارتباط بهتری با اعضای لیست خودتان برقرار میکنید.

۲۶- سعی نکنید در ایمیلهای ارسالی به مقالات مفید دیگران لینک بدهید. کاربران عضو لیست شما شدهاند تا با شما ارتباط برقرار کنند.

۲۷- برای بهتری شدن و نتیجه گرفتن بهتر از لیست خودتان از آزمون تقسیمی استفاده کنید. در این روش اعضای لیست را به دو گروه تقسیم میکنید. و به هر کدام یک محتوا را با رنگ و ساختار متفاوت ارسال میکنید و با انجام این کار میتوانید بهترین طرح را برای نامه های خودتان انتخاب کنید.

۲۸- با استفاده از نرم افزار گوگل آنالیز رفتار کاربران پس از ورود به سایت را تحلیل کنید و نرخ تبدیل فروش خودتان را در هر ایمیل محاسبه کنید. با این روش میتوانید بهترین بازدهی را بدست آورید.

۲۹- اگر در ایمیل خودتان فقط بر روی یک موضوع تمرکز کرده‌اید آدرس صفحه مورد نظر را در بخش‌های مختلف ایمیل تکرار کنید.