

۲۰ راه برای توسعه ایمیل مارکتینگ های موفق



نویسنده: مهران منصوری فر

تدوین

تجارت با ایمیل یا Email Marketing ابزاری گران بها و مؤثر در زمینه مارکتینگ می باشد که هدف اصلی آن ایجاد روابط بلندمدت با مشتریان شما می باشد. با یک هدف معین و مشخص، بازاریابی و تجارت با ایمیل می تواند به طور مؤثر تلاش های تجارت شما را پشتیبانی کرده و آن را با مقدار کمی بودجه و هزینه راه اندازی کند.

همان طور که اهداف تجاری می تواند بسته به صنعت کاری و مشتریان شما بسیار متفاوت باشد، ما قصد داریم لیستی از مهم ترین استراتژی های یک ایمیل مارکتینگ را برای شما بازگو کنیم. در این مقاله ما ۲۰ روش برای اینکه چطور تعداد مشترک ها یا Subscribers را افزایش دهید و چطور آن ها را حفظ کنید و همچنین چطور یک فرآیند تجارت با ایمیل موفق و پایدار داشته باشید را به شما گوشزد خواهیم کرد.

۱. نیازهای مشتریان خود را شناسایی کنید.

به این پی ببرید که چه چیزی می تواند برای مشتریان شما با ارزش باشد، سپس اقدام به تولید محتوای مورد نظر کنید.

۲. صفحه ای برای فرم اشتراک گذاری ها فراهم کنید.

یک صفحه اشتراک گذاری اختصاصی باید دارای تمامی ویژگی های لازم برای فهماندن کاربران و ترغیب آن ها به عضویت در خبرنامه باشد.

۳. از آزمایش های موسوم به A/B Testing استفاده کنید.

از این آزمایش می توان برای فهمیدن اینکه کدام جعبه مربوط به Subscription ها عملکرد بهتری داشته است استفاده کرد. استفاده از استایل های مختلف رنگ های مختلف و فونت های مختلف به شما این امکان را خواهد داد تا در واقع بازدیدکنندگان سایت خود را محک زده و متوجه شوید آن ها به چه فرم ثبت نامی علاقه نشان داده و آن را به دیگر فرم ها (از لحاظ ظاهری) ترجیح می دهند.

۴. اشتراک گذاری های قابل مشاهده یا در دسترس.

برای هر چه بیشتر مقادیر اشتراک گذاری کاربران، می بایست که فرم مربوط به ررخس زخزح حسبت را درجایی مناسب و حتی بالاتر از خیلی بخش های دیگر قرار دهید. با این کار فرم مربوطه بیشتر در رأس دید کاربران می باشد و در نتیجه احتمال مشترک شدن آن ها بیشتر می شود.

۵. از روند ثبت نام و اشتراک گذاری های آسان استفاده کنید.

سعی کنید فرآیند ثبت نام و مشترک شدن کاربران را تا می توانید ساده و سریع انجام دهید چون معمولاً کاربران حتی از غیر حرفه ای ها گرفته تا حرفه ای ها، علاقه ای برای صرف وقت به کنجکاوی در رابطه با فرم های مشترک شدن خبرنامه ها و موارد مشابه ندارند. اگر برایتان سؤال پیش می آید که چگونه یک فرآیند ثبت نامی Subscription را آسان تر کنیم باید خیلی ساده جواب بدهیم که تا می توانید مقدار فیلدهای جعبه ثبت نام را تا حد امکان کاهش داده فقط فیلدهای ضروری را نگاه دارید. این نکته را فراموش نکنید که شاید روند دشوار یک ثبت نام و مشترک شدن باعث شود کسی که قصد ثبت نام داشته را منصرف کند و شاید روند آسان این ثبت نام و مشترک شدن باعث شود کسی که حتی هیچ میلی به عضو شدن در این سیستم نداشته را ترغیب به عضویت نماید.

۶. یکپارچه سازی و ادغام رسانه های اجتماعی.

فرم Subscription یا همان فرم اشتراک را با رسانه های اجتماعی خودتان ادغام کرده و آن ها را یکپارچه سازی کنید. شما می توانید یک فرم اشتراک در صفحه هواداران فیس بوک خود ایجاد کرده و یا اینکه بازدیدهای کسب شده توسط رسانه های اجتماعی خود را به سمت صفحات حاوی فرم اشتراک هدایت کنید. گفتنی است هردوی این روش ها بسیار کارآمد خواهند بود؛ اما نکته اساسی این فرآیندها به اهداف مشتریان و مخاطبان شما بستگی دارد.

۷. خبرنامه هایتان را منتشر کنید.

این ایده بسیار خوبی خواهد بود اگر خبرنامه های قبلی خود را در بلاگ خود و یا صفحات شبکه های اجتماعی به اشتراک گذاشته و خبرنامه های جدید را در بخش های بالایی سایت خود قرار دهید. با این کار در واقع شما یک راه جدید برای سئو از طریق لینک ها پیدا می کنید.

۸. تناوب پایدار خود را حفظ کنید.

خبرخس حدزچو دُخچد-ء یک ابزار برای توانمند کردن و نزدیک کردن شما به ایجاد رابطه های بلندمدت با مشتریانتان می باشد. پس اگر می خواهید مشتریانتان به شما اعتماد بیشتری پیدا کنند باید فعالیت های مستمر خود را به صورت پایدار و پی در پی انجام دهید.

۹. به کاربران در مورد فرآیندهای متناوب اطلاع‌رسانی کنید.

یکی از دغدغه‌ها و نگرانی‌های کاربران در مورد عضو شدن در سیستم‌های خبرنامه و اشتراک‌ها این است که آن‌ها نگران پر شدن فضای ایمیلشان با پیام‌های زیاد و خسته‌کننده شما هستند. لذا بهتر است این مورد را برای آن‌ها شفاف‌سازی کنید و به آن‌ها بگوئید که قرار نیست هرروز ایمیل‌هایی برای آن‌ها ارسال شود و فقط نکات مهم و باارزش در اولویت هستند. با این کار می‌توانید ثابت کنید که شما یک اسپمر نیستید.

۱۰. یک سیاست حفظ حریم خصوصی (Privacy Policy) داشته باشید.

حریم خصوصی نه‌تنها در دنیای واقعی، بلکه در دنیای مجازی نیز از اهمیت بسیار بالایی برخوردار است و تقریباً تمام مردم امنیت حریم خصوصی خود را یکی از مهم‌ترین اولویت‌هایشان قرار می‌دهند. پس این خیلی ساده است که شما باید کاری کنید تا کاربران در اشتراک‌های شما احساس امنیت کنند. برای این کار بهتر است وضعیت سیاست حفظ حریم خصوصی در فعالیت و اقدامات خود را برای کاربران روشن کنید. برای این هم اجازه دهید آن‌ها بدانند که چرا شما به اطلاعات آن‌ها نیاز دارید و چگونه از این اطلاعات استفاده می‌کنید؟

۱۱. به زمان‌بندی‌ها توجه کنید.

فرم اشتراک‌گذاری (Subscription) را در زمان ایده‌آل و مناسب منتشر کنید. زمانی که یک کاربر از تجربه‌ای که در وب‌سایت شما داشته است راضی باشد، بی‌تردید شانس خیلی بیشتری در عضو شدن آن کاربر در سیستم اشتراک‌گذاری وجود دارد.

۱۲. به قالب‌بندی خبرنامه‌ها اهمیت دهید.

ظاهر قالب خبرنامه‌ها یکی از بزرگ‌ترین نکات اساسی در رابطه با آن‌هاست که شما باید روی آن تمرکز داشته باشید. از این بابت مطمئن شوید که این قالب‌ها نه‌تنها جذاب بوده و از طراحی مناسبی برخوردارند، بلکه راحت و قابل‌فهم هستند حتی قبل از این‌که عکس‌های درون قالب لود شده باشند!

۱۳. در خبرنامه‌های خود از دکمه‌های اشتراک‌گذاری استفاده کنید.

یکی دیگر از اقدامات مهم اضافه کردن دکمه‌های اشتراک‌گذاری در خبرنامه‌ها می‌باشد. این دکمه‌ها باعث می‌شوند تا به خاطر نحوه آسان اشتراک‌گذاری با این روش، فرصت‌های بسیار بیشتر به اشتراک‌گذاری ایجاد شود.

در این حالت اگر کاربری از محتوای مطلب شما لذت برده باشد و خواهان به اشتراک گذاشتن آن باشد می‌تواند این کار را در سریع‌ترین حالت ممکن با کمک دکمه‌های اشتراک‌گذاری انجام دهد. اما اگر چنین دکمه‌هایی وجود نداشته باشند و حتی یک کاربر مایل به چنین کاری باشد، به خاطر دشوار بودن اشتراک‌گذاری به صورت دستی، احتمالاً منصرف خواهد شد.

۱۴. ویژگی Call to Action را به سایت خود اضافه کنید.

از ویژگی Call to Action در وبسایت خود استفاده کنید. با استفاده از این قابلیت، یعنی اضافه کردن Call to Action به قسمت فوتر هر صفحه از سایت خود می‌توانید کاربران را تشویق کنید تا آن مطلب را به اشتراک بگذارند.

۱۵. موضوعات موردعلاقه کاربران را دسته‌بندی کنید.

سعی کنید از دسته‌های مختلف استفاده کنید و به کاربران امکان انتخاب موضوعات به‌منظور دسترسی به محتوای مرتبط با درخواستشان بدهید. همچنین این دسته‌بندی را در بخش E-mail Campaigns یا همان فرآیندهای تجارتي ایمیل نیز به کار بگیرید. برای این کار می‌توانید از چندین لیست خبرنامه مختلف استفاده کنید.

۱۶. بر روی کیفیت محتوا تمرکز کنید.

مطمئن شوید که همان محتوایی را ارائه می‌کنید که مرتبط با مشتریان و مشترکان شما می‌باشد. همچنین فراموش نکنید که می‌توانید تأثیرگذارتر باشید اگر مطالب اختصاصی نیز منتشر کرده و در دسترس کاربران قرار دهید. نکته مهم اینجاست که موفقیت در E-mail Marketing منوط به سعی و تلاش برای جذب هر چه بیشتر مشترکان نیست، بلکه منوط به تلاش برای نگاه‌داشتن و ایجاد یک ارتباط مؤثر با مشترکان فعلی می‌باشد.

۱۷. کتاب‌های الکترونیکی و کتاب‌های راهنما عرضه کنید.

یکی از اقدامات مناسب، معامله آدرس ایمیل‌های فعال کاربران با عرضه کردن کتاب‌های الکترونیکی و راهنماهای قابل دانلود است. مردم همیشه از به دست آوردن اطلاعات حتی به صورت جزئی رضایتمند می‌باشند، به‌ویژه اگر این اطلاعات از یک سایت معتبر عرضه شده باشد. پس احتمالاً درج ایمیل درازای دانلود این اطلاعات به صورت رایگان برای کاربران معامله بسیار مناسبی خواهد بود.

۱۸. ایجاد رقابت کنید!

اگر در سایت خود رقابتی برای حضور کاربران پیاده کنید، می‌توانید از طریق این روش به راحتی به ایمیل‌های کاربران دست پیدا کنید. حتی با این کار می‌توانید بازدیدکننده‌های بیشتری جذب کنید.

۱۹. از بازخوردهای کاربران استفاده کنید.

اگر یکی از کاربران بعد از مدتی تصمیم گرفت تا خبرنامه شما را Unsubscribe کند یا به عبارتی از مشترک بودن در خبرنامه شما صرف نظر کرده باشد، سعی کنید هر جور که شده است بازخورد این کار را متوجه شوید تا با این کار متوجه شوید که اشکال کار شما در کجا بوده است.

۲۰. مشوق کاربران باشید.

خیلی اوقات کاربران تنها با یک تشویق ساده، مجاب به انجام کارها می‌شوند. با تشویق کاربران به شکل و روش‌های مختلف می‌توانید جمع کثیری از این افراد را در سیستم خبرنامه خود عضو کنید.

درنهایت، هیچ‌گاه فراموش نکنید که با کاربران صادق باشید و در مقابل آن‌ها خلاقانه و با صبر برخورد کنید. رفتار و پشتیبانی‌های شما بی‌تردید یکی از اولین نکاتی خواهد بود که باعث جذب کاربران به سمت شما می‌شود.