

## ۶ نکته برای بهینه سازی ایمیل مارکتینگ در تلفن همراه



نویسنده: مهران منصوری فر

تدریس

تلفن‌های همراه به‌ویژه موبایل‌ها و تبلت‌های هوشمند که در چند سال اخیر رشد بسیار زیادی داشته‌اند در حال تغییر روش‌های قدیمی تجارت ایمیلی (Email Marketing) هستند به‌خصوص که ایمیل‌ها ارتباط نزدیکی با موبایل‌ها دارند و می‌توانند محتوای ایمیل‌ها را به‌سرعت برای مشتریان نمایش دهند که با این قابلیت، مشتریان دیگر نیازی نیست که حتماً به یک کامپیوتر یا لپ‌تاپ احتیاج داشته باشند و با کمک موبایل‌ها و تبلت‌ها می‌توانند در هر جا و هر زمانی به این ایمیل‌ها دسترسی داشته باشند. این موارد باعث شده است تا تغییری بسیار زیاد در صنعت ایمیل مارکتینگ‌ها حاصل شود.

اگرچه ارسال متن از طریق SMS یا مسنجرها رایج و عمومی هستند، اما همچنان مشتریان و مصرف‌کنندگان بر روی ایمیل‌ها که از قدیمی‌ترین راه‌های ارتباطی در تکنولوژی به شمار می‌روند، به‌عنوان فرم اصلی ارتباطات با برندها تکیه کرده‌اند. کمپانی‌ها نیز ایمیل‌ها را برای ارتباطات و اطلاع‌رسانی‌های خود در اولویت قرار می‌دهند.

حالا با توجه به اهمیت بالای ایمیل‌ها در حفظ رضایتمندی مشتریان، این ضروری است که شرکت‌ها محتوای ایمیل‌هایشان را مطابق با دستگاه‌های موبایل مشتریانشان تطبیق داده و برای این دستگاه‌ها بهینه‌سازی کنند. طبق نتایج به‌دست‌آمده، تقریباً اغلب کاربران موبایل‌های هوشمند ایمیل‌هایشان را از طریق موبایل‌شان چک می‌کنند. اما نکته‌ای که وجود دارد این است که کاربران این کار را در موبایل‌ها خیلی سریع‌تر انجام می‌دهند. در واقع آن‌ها بیشتر پیام‌های دریافتی در ایمیل خود را اسکن می‌کنند تا بررسی شود. در نتیجه، بهینه کردن ایمیل‌ها برای موبایل‌ها مستلزم این است که عنوان و محتوای ایمیل‌ها خیلی سریع باعث جلب توجه کاربران شود و برای آن‌ها خوشنود کننده نیز باشد. پس این محتوا باید سریع‌تر برگزاری شوند، راحت‌تر قابل درک باشند، خواناتر باشند و خیلی ساده و واضح موارد نیاز برای اقدام را به اطلاع برسانند. در ادامه به بررسی بیشتر ۶ روش برای دستیابی به موفقیت در زمینه ایمیل مارکتینگ از طریق موبایل‌ها می‌پردازیم.

### ۱. یک استراتژی بهینه‌سازی برای کارتان پیاده‌سازی کنید.

شما چه بخواهید چه نخواهید تعداد افرادی که از موبایل‌هایشان برای مطالعه و چک کردن ایمیل‌هایشان استفاده می‌کنند رو به افزایش است.

کمپانی‌های مختلف از دو نوع ارسال ایمیل برای کاربران استفاده می‌کنند. این دو نوع با عنوان auto-responders و manual-responders شناخته می‌شوند. در حالت اول یعنی Auto-responders، پیغام‌هایی حاوی پیام‌های خوش‌آمد گویی، اطلاع‌رسانی‌های حساب‌ها و ... که به‌صورت خودکار و ماشینی و در کسری از ثانیه پردازش و ارسال می‌شوند هستند. ایمیل‌های Manual-responders ایمیل‌هایی حاوی

اطلاعات و متن‌های تایپ‌شده توسط انسان می‌باشند که خبرهای جدید یا پاسخ به ایمیل‌های کاربران می‌باشند. یکی از لازمه‌های حفظ **Open and Click-through Rates** یا بازخوردها و بازدیدهای از طریق کلیک‌ها این است که این‌گونه ایمیل‌ها برای کاربران ایمیل‌های اسپم قلمداد نشده و برای آنان خواندنی باشند. برای این کار شما باید این ایمیل‌ها را بهینه‌سازی کنید. در نگارش این ایمیل‌ها باید به نکات مختلفی مثل استفاده صحیح از متون، استفاده صحیح از نگارش متن، نوشتن متن به صورت خلاصه با ترفندهای خلاصه‌نویسی، ایجاد کادر و چارچوب‌های منظم، استفاده از عکس‌ها در سایزهای معین و در اندازه‌های مناسب و ... دقت کرد.

### ۲. ایمیل‌هایتان را با متدهای آسان کلیک خور کنید.

ایمیل‌های بهینه‌سازی شده باید در عین واحد هم به‌اندازه کافی زیبا و جذاب‌کننده باشند و هم محتوای آن‌ها در سریع‌ترین حالت ممکن برگزاری شده و قابل‌دسترس کاربران باشد. محتوای ساده و مفهومی می‌بایست حاوی لینک‌هایی کلیک خور (Clickable) باشند تا گیرنده را تشویق به دریافت اطلاعات بیشتر و در نتیجه شانس بیشتر خرید و سودآوری برای شما کند. برای اینکه ایمیل ارسالی خود را با این پارامترها تطبیق دهید بهتر است از فونت‌های مناسب در اندازه‌های مناسب (نه خیلی بزرگ و نه خیلی کوچک) استفاده کنید. سایز مناسب فونت برای محتوای کلیک خور چیزی حدود ۱۴ پیکسل برای متون و ۲۰ الی ۲۲ پیکسل برای عناوین هست. یک نکته و راهنمایی دیگر این است که لینک‌های کلیک خور اغلب نباید به صورت ردیفی یا پشت‌هم باشند چون در این صورت برخی از کاربران در شناسایی لینک‌ها گیج می‌شوند و در صورت باز کردن لینک اشتباه، باید دکمه بازگشت را زده و به جعبه دریافتی پیام‌ها بروند و این یعنی دوباره باید وارد پیام شما شوند. شاید تعداد زیادی از کاربران علاقه‌ای به چنین کاری نداشته باشند.

### ۳. از موضوعات (عناوین) کوتاه استفاده کنید.

نتایج رسمی حاکی بر این هستند که عناوین ایمیل بلند بازخوردهای به مراتب بدتری داشته‌اند. نکته‌ای که قبلاً گفتیم را فراموش نکنید. برای تأکید دوباره می‌گوییم، کاربران برای مطالعه ایمیل‌هایشان متکی به عناوین آن‌ها برای انتخابشان هستند. پس کاری که آن‌ها می‌کنند اسکن کردن موضوعات یا موضوع ایمیل‌ها هست. مسلماً هر موضوعی که طولانی باشد به‌طور ناخودآگاه توسط مغز به دسته‌ای با عنوان و بعداً در فرصتی دیگر بررسی شود و ارسال خواهند شد. حالا فرض کنید مدت‌زمان این چک کردن ایمیل‌ها در موبایل‌ها خیلی کمتر هم هست. پس برای بهینه کردن یک ایمیل برای موبایل‌ها، استفاده از موضوعات کوتاه از اهمیت دوچندانی برخوردار می‌شود. عناوین و موضوعات ایمیل‌های مهم با مقادیر کمتری از کلمات

همراه هستند و در زمان بسیار کمتری توجه گیرنده ایمیل را به خود جلب می‌کنند. چراکه در زمان و مقدار کمتر، محتوای کلی و چکیده متن ایمیل را بازگو می‌کنند.

به‌طور استاندارد و ایده آل، ۴ الی ۵ کلمه برای موضوعات کافی است. اگر مجبور هستید که مقدار بیشتری کلمه در قسمت موضوع وارد کنید، حداقل کاری که باید بکنید این است که ۴ الی ۵ کلمه اول را کلمه‌های مرکزی اصلی قرار داده و بر روی آن‌ها تمرکز کنید.

### ۴. ایمیل‌هایتان را سبک نگه‌دارید.

موردی که در رابطه با موضوع ایمیل (Email Subject) در مورد ۳ گفتیم، در مورد ۴ نیز صدق می‌کند. کلاً ایمیل‌ها و محتواهای سبک و ساده به‌مراتب خواندنی‌تر و محبوب‌تر هستند. دلایل فراوانی برای سبک‌تر بودن ایمیل‌ها در بهینه‌سازی آن‌ها در موبایل‌ها وجود دارد. احتمالاً اولین دلیل سرعت اینترنت موبایل‌ها هست. همه می‌دانیم که سرعت اینترنت موبایل‌ها تحت هر شرایطی نسبت به اینترنت دستگاه‌های کامپیوتری و لپ‌تاپ‌ها پایین‌تر است. حداقل می‌توان این‌طور گفت که نوسان سرعت در موبایل‌ها ده‌ها برابر نوسان سرعت در کامپیوترها هست.

دلیل دوم را می‌توان در نوع استفاده از موبایل‌ها دانست. موبایل‌ها دستگاه‌هایی هستند که همه‌جا با مردم می‌باشند. پس احتمالاً مقدار بی‌شماری از افراد هستند که از زمان‌های شلوغ و زمان‌هایی که وقت زیادی ندارند، ترجیح می‌دهند در زمان سریع‌تر با موبایل‌شان ایمیل‌هایشان را چک کنند. مسلماً این‌گونه افراد هیچ میلی به صبر کردن برای برگزاری طولانی‌مدت ایمیل‌ها ندارند.

سایز ایده آل برای ایمیل‌ها طبق استانداردهای mobile-optimized emails زیر ۲۰ کیلوبایت هست. اگر از عکس در ایمیل‌هایتان استفاده می‌کنید و متن ایمیل اهمیت خیلی بیشتری نسبت به عکس‌ها دارد، سعی کنید آن‌ها را نادیده بگیرید. در غیر این صورت عکس‌هایتان را نیز باید بهینه‌سازی کنید. می‌توانید سایز عکس‌ها و کیفیت آن‌ها را کاهش دهید تا حجمشان نیز کم شود و یا اگر مایلید که کیفیت عکس‌ها کم نشود، می‌توانید آن‌ها را فشرده کنید تا حجمشان کاهش یابد.

### نکته بسیار مهم:

شما بهتر است یک ایمیل متنی (فقط متن یا text-only) بسازید. چراکه یکی از قابلیت‌های موبایل‌ها نمایش ایمیل‌ها به همین صورت (text-only) است و بسیاری از کاربران نیز برای کاهش استفاده ترافیک اینترنت و افزایش سرعت برگزاری این قابلیت را فعال می‌کنند. در این صورت شما هم باید با این استاندارد فرعی کنار بی‌آیید.

### ۵. مراقب اندازه عرض (پهنای) ایمیل‌ها باشید.

ایمیل‌ها هم مثل صفحات وب و عکس‌ها دارای استانداردهایی در بخش فریم بندی‌هایشان هستند. ایجاد قالب‌های بزرگ‌تر از این اندازه شکل و شمایل ایمیل‌ها را افتضاح می‌کند! ۶۰۰ پیکسل برای عرض قالب‌ها در ایمیل‌ها به نظر ایده آل‌ترین اندازه هست. این اندازه به‌خوبی در دستگاه‌های دسکتاپی و تبلت‌ها اجرا می‌شود. اما برای موبایل‌ها می‌توانید از قابلیت تغییر خودکار سایزها استفاده کنید (با استفاده از کد if/then) و یا اینکه از سایز استاندارد برای موبایل‌ها بهره‌مند شوید. اندازه عرض یا پهنای پیراها در موبایل‌ها باید چیزی حدود ۳۰۰ الی ۴۰۰ پیکسل باشد. اگر با این موارد آشنا نیستید، می‌توانید چند ایمیل نمونه از کمپانی‌های مختلف را به‌عنوان نمونه‌برداری و ابعاد آن‌ها را بررسی کنید و یک اندازه میانگین و مناسب و استاندارد از مقادیر آن‌ها به دست بیاورید.

### ۶. به آزمایش کردن ادامه دهید.

طراحی‌ها و ایمیل‌های خود را در دستگاه‌های مختلف و در زمان‌های مختلف مورد آزمایش قرار دهید تا در صورت مشاهده مشکل یا نقص بتوانید سریعاً آن‌ها را در ایمیل‌های بعدی برطرف کنید. سعی کنید اجازه ندهید که کاربران مشکلات ایمیل‌های شما را بازگو کنند. نگاه کردن سریع به ایمیل‌ها کافی نیست و شما باید تمام بخش‌های لازم مثل مطمئن شدن از اجرای قالب و فریم ایمیل‌ها، فشرده بودن عکس‌ها، حجم کم محتوا و از همه مهم‌تر قابلیت کلیک خور بودن لینک‌ها را نیز بررسی کنید. برای این کار بهتر است ایمیل‌های شخصی خود و دوستانتان را هم در لیست ایمیل‌های گیرنده قرار دهید تا ایمیل‌ها را دقیقاً همان‌طوری که کاربران در دستگاه‌هایشان می‌بینند ببینید تا از همه جوانب مطلع باشید. این آزمایش‌ها را در بازه‌های زمانی مختلف انجام داده و هیچ‌وقت متوقف نکنید.