

**ایمیل مارکتینگ چیست؟** این سوال بسیاری از صاحبان مشاغلی است که مساله افزایش نرخ بازدید در پروسه برندسازی برای آنها بسیار اهمیت دارد. ایمیل مارکتینگ یکی از روش های دیجیتال مارکتینگ می باشد که بسیاری از صاحبان کسب و کار از آن به عنوان یکی از درگاه های موثر برای ارتباط با مشتری و در نتیجه افزایش فروش استفاده می کنند.

ایمیل مارکتینگ، بهره گیری از ایمیل و ارسال پیام به مخاطبان جهت مبدل کردن آنها به مشتریان جدید و حفظ ارتباط موجود با مشتریان قدیمی است. در روش ایمیل مارکتینگ شما می توانید از انواع محتوای تبلیغاتی جهت اثرگذاری بر مخاطبان خود استفاده کنید. از آنجا که بسیاری مایلند پاسخ این سوال که ایمیل مارکتینگ چیست؟ را دریافت کنند در ادامه از این مقاله از دی ام یار توضیحاتی در این خصوص ارائه خواهیم کرد.

## آشنایی با مفهوم ایمیل مارکتینگ

ایمیل مارکتینگ email marketing و یا بازاریابی ایمیلی به عنوان یکی از روش های **دیجیتال مارکتینگ** شناخته می شود که اهمیت زیادی دارد. به عبارت دیگر می توان گفت که ایمیل مارکتینگ به معنای استفاده از ابزار ایمیل و ارسال پیام به مخاطبان هدف برای جذب مشتریان جدید و حفظ ارتباط موجود با مشتری های قدیمی می باشد. محتوایی که در ایمیل مارکتینگ استفاده میشود می تواند در برگزیده تبلیغات، محتوای کاربردی، تخفیفات و حتی پیشنهادات جدید و متفاوت باشد.

در طول تاریخ اولین کسی که توانست از ایمیل مارکتینگ استفاده کند و با آن درآمد کسب کند، گری تئورک بود که این شخص 41 سال پیش توانست که ایمیلی را به صورت انبوه برای 400 نفر از مشتریان سازمانی به نام dec که در خصوص تجهیزات دیجیتال بود ارسال کند و با ارسال این ایمیل ها به فروش 13 میلیون دلاری دست یابد. پس از این اتفاق از گری تئورک به عنوان پدر اسپم دنیا یاد شد. اما با این وجود گری تئورک خود معتقد بود که چون او ایمیل را با هدف مشخصی برای مخاطبان ارسال کرده بوده است باید لقب پدر ایمیل مارکتینگ و یا پدر بازاریابی ایمیلی دنیا را به او بدهند.

بازاریابی مستقیم تا اواخر دهه نود رونق داشته است و در این سال ها بسیاری از شرکت ها نامه هایی را به در خانه ها میفرستادند و بازاریابی به صورت تلفنی نیز انجام می دادند. همچنین در این دوران بسیاری از شرکت ها برای استخدام نیروهای بازاریابی اقدام کرده بودند که این نیرو ها به صورت تک به تک به خونه ها فرستاده می شدند و هر کالایی را به این شکل به فروش می رساندند.

اما پس از اینکه اولین سرویس اینترنت راه اندازی شد، اولین سرویس ایمیل رایگان نیز به نام Hotmail و یا همان ایمیل مارکتینگ به وجود آمد و در آن زمان فقط اساتید، کارمندان شرکت های دولتی و شرکت های بزرگ و دانشجویان می توانستند از ایمیل استفاده کنند.

## آشنایی با مفهوم ایمیل مارکتینگ

برای اینکه بدانید [اینستاگرام مارکتینگ چیست؟](#) بر روی لینک مربوطه کلیک کنید.

### تفاوت ایمیل مارکتینگ با ارسال ایمیل انبوه تبلیغاتی

با وجود اینکه بسیاری از اشخاص می پندارند که ایمیل مارکتینگ و ارسال ایمیل انبوه تبلیغاتی هر دو یکی هستند و مترادف هم می باشند، اما باید گفت که این دو عبارت با هم تفاوت دارند و در خصوص مسائل مختلفی به کار می روند. به صورت کلی بازاریابی و یا همان email marketing یک مبحث بسیار گسترده از ایمیل تبلیغاتی است زیرا در تبلیغات ایمیلی یک پیام تبلیغاتی مشخص وجود دارد که باید آن را از این طریق برای افراد زیادی ارسال نمایید. در رابطه با ایمیل تبلیغاتی این امکان وجود دارد که ارائه دهندگان خدمات و محصول اخلاقی را زیر پای بگذارند و با خرید یک بانک ایمیل این امور را انجام دهند. در نتیجه این عمل ممکن است باعث آزار کاربران شود.

اما از طرف مقابل زمانی که صحبت از بازاریابی ایمیلی به وجود می آید، منظور برقراری ارتباط به شکل بلند مدت و به صورت دو طرفه با مشتری می باشد. در بازاریابی ایمیلی ارتباط موجود در میان ارائه دهنده محصول و خدمات با مشتری با دریافت مجوز از سوی مشتری آغاز می گردد و با دریافت رضایت او این ارتباط ادامه پیدا می کند.

### مزایای استفاده از ایمیل مارکتینگ چیست؟

این روش از دیجیتال مارکتینگ دارای مزایای بسیاری است که در ادامه به طور مفصل به آنها اشاره می کنیم:

### امکان راه اندازی آسان

راه اندازی ایمیل مارکتینگ بسیار آسان است و هیچ گونه نیازی به داشتن تیم حرفه ای ندارد، بلکه با استفاده از ابزارها و الگوهایی که برای ایمیل مارکتینگ موجود هستند، می توان به راحتی با صرف هزینه بسیار اندک برای تبلیغات اقدام کرد و کمپین را آغاز نمود.

### هدفمند سازی و تجزیه و تحلیل

با استفاده از داده های مشتریان که خودشان در هنگام ثبت نام در اختیار شما قرار داده اند، می توانید به تجزیه و تحلیل کردن نتایج پردازید و ایمیل هدفمند ارسال کنید. به عبارت دیگر با در اختیار داشتن این امکان می توانید متوجه شوید که چه کسی ایمیل مورد نظر را باز کرده است و یا حتی بر روی آن کلیک کرده است. این قابلیت در حالی است که با انجام مارکتینگ در تلویزیون و رادیو و بیلبورد امکان دنبال کردن عملکرد مخاطب وجود نخواهد داشت.

### به وجود آوردن امکان گسترش ارتباط با مشتریان

از جمله مهم ترین مزایای ایمیل مارکتینگ را می توان این موضوع دانست که این روش به افزایش و توسعه ارتباط با مشتری ها کمک می کند و باعث می شود تا مشتریان جدیدی به فعالیت مورد نظر جذب شوند. همچنین در این روش مخاطبانی که غیر فعال شده اند نیز به ادامه ارتباط با مجموعه تشویق می گردند.

### به وجود آوردن قابلیت اشتراک گذاری

قابلیت اشتراک گذاری نیز از دیگر مزایای ایمیل مارکتینگ است که با وجود این قابلیت مشتری های مجموعه می توانند با کلیک کردن بر روی یک دکمه، ایمیل های ارسال شده از سوی شما را به دوستان و آشنایانشان ارسال کنند و به این شکل شما را به آنها معرفی نمایند.

### امکان دسترسی آسان

تمامی مردم در سراسر جهان با استفاده از راه های مختلفی با به ایمیل های خود دسترسی دارند و در این خصوص می توانند از کامپوتر، لپ تاپ، موبایل، تبلت و ... استفاده کنند. به همین دلیل می توان گفت که امکان دسترسی به ایمیل ها برای اشخاص بسیار راحت و آسان است.



[بازاریابی محتوا چیست؟](#) برای خواندن این مطلب بر روی لینک کلیک کنید.

نیاز به صرف هزینه و زمان کمتر

برای انجام ایمیل مارکتینگ چه خود مسئول راه اندازی این سیستم باشید و چه از آژانس های تبلیغاتی دیجیتال کمک بگیرید، این روش برای شما در مقایسه با روش های دیگر بسیار ارزان و مقرون به صرفه خواهد بود و در این صورت می توانید هزاران ایمیل را با صرف وقت و انرژی بسیار کم برای مشتری های خود ارسال نمایید.

نرخ بازگشت سرمایه بالاتر

از آنجایی که برای ایمیل مارکتینگ به صرف وقت و هزینه بسیار کمی نیاز است می توان گفت که نرخ بازگشت سرمایه در این روش در مقایسه با روش های دیگر بسیار بالاتر است و می توان به جرات گفت که با صرف هر یک دلار هزینه برای ایمیل مارکتینگ می توان 40 دلار را به دست آورد.

امکان تقسیم بندی فهرست ایمیل های موجود بر اساس علاقه مشتریان

در ایمیل مارکتینگ برای ارسال کردن ایمیل به مشتریانی که برای دریافت ایمیل علاقه مند هستند و همچنین با ارسال ایمیل هایی که با علاقه مشتریان مرتبط هستند، می توان گفت که تقسیم بندی کردن ایمیل ها یک امر بسیار ضروری است و این تقسیم بندی باید بر اساس اطلاعات به دست آمده از مشتریان و انجام گیرد.

### امکان شخصی سازی

با تقسیم بندی کردن فهرست ایمیل به گروه های کوچک تر می توان برای هر بخش از مشتریان، ایمیل هایی که با علاقه های آنها در ارتباط است را برای آنها ارسال کرد و با انجام این کار درصد باز شدن ایمیل ها و کلیک بر روی آنها را افزایش داد.

### امکان پیگیری کردن کمپین

ابزار های استفاده شده در ایمیل مارکتینگ این امکان را فراهم می کنند تا شاخص هایی مانند: نرخ بازگشایی، نرخ کلیک و ... را دنبال کرد. در نتیجه با تجزیه و تحلیل کردن نتایج به دست آمده می توان به راحتی متوجه مشکلاتی که در کمپین ایجاد شده اند، قرار گرفت و برای رفع مشکلات و بهینه سازی تلاش کرد.

## معایب استفاده از ایمیل مارکتینگ

ایمیل مارکتینگ در کنار مزایایی که دارد از معایبی نیز برخوردار است که معایب آن به شرح زیر هستند:

### امکان اسپم شدن

در صورتی که بیش از حد ایمیل های تبلیغاتی را ارسال کنید و یا ایمیل هایی که دارای محتوای غیر مرتبط با مشترکین هستند را برای آنها ارسال نمایید، باعث آزردن مخاطب می شوید و در این صورت ممکن است که مخاطب ایمیل های شما را به عنوان اسپم در نظر بگیرد که در این صورت اعتبار کسب و کار شما زیر سوال می رود و فعالیت و ایمیل های شما حکم یک مزاحم را برای مخاطبین پیدا می کند.

### مشکل مربوط به ایمیل های دریافت نشده

در صورتی که ایمیل های ارسالی شما به مخاطبین از نظر محتوا و طراحی ضعیف باشد و یا در تیترو عنوان ایمیل از عبارت اسپمی استفاده گردد، این امکان وجود دارد که نرم افزار های مربوطه ایمیل مورد نظر را فیلتر کنند و در چنین شرایطی ایمیل به مخاطب مورد نظر تحویل داده نمی شود.

همچنین با توجه به این مساله که بسیاری از افراد به صورت مداوم ایمیل های خود را تغییر می دهند، اگر برای ابدیت کردن فهرست ایمیل های خود اقدام نکنید ممکن است که تعداد ایمیل های دریافت نشده شما از سوی مشتریان افزایش پیدا کند. با این وجود برای اینکه در فعالیت ایمیل مارکتینگ خود موفق باشید، باید به فهرست ایمیل ها و طراحی ایمیل ها به میزان زیادی توجه داشته باشید.

### در دسترس نداشتن افرادی که ایمیل ندارند

متأسفانه هنوز در کشور ما افراد زیادی هستند که هنوز آدرس ایمیل ثبت شده ای ندارند و بر خلاف خیلی کشور های دیگر داشتن این امر را ضروری نمی دانند از این رو باید برای درگیر کردن این افراد از روش های دیگر دیجیتال مارکتینگ استفاده کرد.



**DMYar**

## معایب استفاده از ایمیل مارکتینگ

[dmyar.com](http://dmyar.com)

### آشنایی با انواع ایمیل مارکتینگ

نوع استفاده ایمیل هایی که برای ایمیل مارکتینگ استفاده می شوند به شرح زیر هستند:

#### ایمیل خوش آمدگویی

ایمیل هایی که در خصوص خوش آمدگویی هستند از جمله مهم ترین انواع ایمیل مارکتینگ به حساب می آیند که این نوع ایمیل ها قادرند تا در آمد شما در فعالیت مورد نظرتان به میزان 320 درصد افزایش دهند. با ارسال این نوع ایمیل ها اشخاص تازه واردی که به تازگی به شما پیوسته باشند با دریافت این نوع ایمیل احساس نزدیکی بیشتری به شما خواهند کرد و ارتباط آنها با شما نزدیک تر خواهد شد.

ایمیل های خوش آمد گویی باید بسیار واضح و شفاف باشند و در بطن این نوع ایمیل ها باید اعلام کنید که خدمات مورد نظر شما با قیمت مناسب، به صورت سریع و قابل اطمینان هستند.

#### ایمیل پیشنهادات ویژه

ایمیل های پیشنهادات ویژه را پروموشنال نیز می نامند و در آنها باید میزان تخفیفات مورد نظر، کوپن و یا حتی شرایط خاصی از معاملات را قرار دهید تا به این شکل به مشتری های خاص خود اعلام کنید که از خرید آنها ممنون هستید و به این شکل مشتری های خود را برای خرید محصولات و خدمات خود تشویق نمایید.

برای طراحی ایمیل پیشنهادات ویژه سعی کنید که طراحی ایمیل به صورتی باشد تا نشان دهد که ایمیل فقط برای مشتری های خاصی طراحی شده است. به این شکل می توانید مشتری های بیشتری را برای خود جذب کنید. سعی کنید که این ایمیل را در مرحله ای برای مشتری ارسال کنید که مشتری به سوی شما کشیده شده است. در این صورت با ارسال این نوع ایمیل در این هنگام می توانید مشتری را به استارت زدن خرید تحریک کنید.

### ایمیل نظرسنجی

بر اساس تحقیقاتی که تاکنون صورت گرفته است، مشخص شده که 91 درصد از افراد در برخی از مواقع نظرات آنلاین را مطالعه می کنند و به میزان 84 درصد از آنها نیز به نظرسنجی های انجام شده اعتماد دارند.

به عبارت دیگر شما باید سعی کنید که در کسب و کار خود نظر مشتری های خود را دریافت کنید و با آگاه بودن از نظرات و دیدگاه های آنها خدمات خود را بهبود دهید و ضعف های احتمالی خود را برطرف کنید و همچنین در صورتی که نظرات آنان در خصوص خدمات شما مثبت بود، با استفاده از آنها مشتری های بیشتری را برای خرید از مجموعه خود ترغیب کنید. با این وجود ایمیل نظرسنجی باید در مرحله آخر فروش برای مشتری ارسال گردد.

### ایمیل خبرنامه

بر اساس تحقیقاتی که از سوی نیلسن نورمن انجام شد، مشخص گردیده است که بیش از نود درصد از مردم تمایل دارند تا اخبار و اطلاعاتی که مربوط به برند محبوب شان می باشد را از طریق ایمیل خود دریافت کنند. در صورتی که ایمیل خبرنامه برای افراد ارسال گردد این امکان وجود دارد که رابطه بهتری در میان مشتری و شما ایجاد شود و به این شکل می توانید پیشرفت و شهرت خود را به مشتری ثابت کنید.



## آشنایی با انواع ایمیل مارکتینگ

[سئو چیست؟](#) برای آشنایی با این مفهوم بر روی لینک مربوطه کلیک کنید.

### ایمیل وضعیت

ایمیل وضعیت که به ایمیل milestone نیز شهرت دارد به مخاطب خود اعلام می کند که در چه وضعیتی قرار دارد و در صورتی که توانسته باشد تا موفقیتی را کسب کند به این شکل پیروزی را به او تبریک می گویند. به عنوان مثال: اگر مشتری تا کنون سه محصول را از شما خریده باشد، می توانید با ارسال یک پیام امار خرید هایش را به او نشان دهید و به این شکل از تشکر کنید. با انجام این کار می توانید حس بهتری را به مشتری منتقل کنید و به او نشان دهید که تمامی امور انجام شده توسط شما با برنامه و دقیق هستند و اعتماد مشتری را به این شکل افزایش دهید و به او احساس خاص بودن را منتقل کنید.

### ایمیل خدمات جدید و یا معرفی محصول

در صورتی که قصد دارید تا در کسب و کار خود به رونمایی از یک محصول جدید بپردازید، اولین کسانی که باید از این مساله آگاه شوند، اشخاصی هستند که در لیست ایمیل شما وجود دارند. در ایمیل های معرفی محصول 60 الی 70 درصد موفقیت در افزایش فروش هستند و با ارسال آنها می توانید مشتری ها را به خرید محصول جدید خود ترغیب کنید. پس به یاد داشته باشید که برای ارائه یک خدمات جدید و یا معرفی محصول، ارسال ایمیل در این خصوص بسیار مساله مهمی می باشد.



## ایمیل یادآوری سبد خرید رها شده

ایمیل هایی که در خصوص یادآوری سبد خرید هستند نیز از انواع ایمیل مارکتینگ به حساب می آیند که این نوع ایمیل ها دارای نرخ باز شدن 45 درصدی هستند. با ارسال این نوع ایمیل نیمی از افراد ادامه فرآیند خرید را انجام می دهند و خرید خود را تکمیل می کنند. در نتیجه با ارسال یک ایمیل ساده در خصوص یادآوری سبد خرید رها شده می توانید بیشتر از 10 درصد از افراد را به لیست مشتریان خود اضافه کنید.

## ایمیل بزرگداشت سالیانه

ایمیل بزرگداشت سالیانه در خصوص مشتریانی مناسب است که به شما وفادار باشند و با ارسال آن بتوانید چرخه مشتری را حفظ کنید و آنان را مجدداً به سوی خرید محصولات خود هدایت کنید.

در ایمیل بزرگداشت سالیانه باید مطالبی در خصوص تبریک سالگرد ازدواج و یا تبریک تولد ذکر شود و با ارسال آن توجه مشتری را مجدداً به سوی خود جلب کنید.

پس اگر احساس می کنید که برخی از مشتری های شما خرید محصول از شما را ترک کرده اند حتماً از این نوع ایمیل در ایمیل مارکتینگ خود استفاده کنید.

## ایمیل تایید

ایمیل تایید یکی دیگر از انواع ایمیل مارکتینگ است که باید زمانی که مشتری کاری در سایت به اتمام رسانده است، برای او ارسال گردد. با انجام این کار می توانید به وفادار ماندن مشتری به خود کمک کنید و آنها را از وضعیت عملکرد خود در وب سایت شما آگاه نمایید.

ایمیل های تایید به صورت کلی به سه دسته تقسیم می شوند که عبارتند از:

- ایمیل مربوط به تایید عضویت در خبرنامه
- ایمیل مربوط به تایید خرید
- ایمیل تایید ارسال

## ایمیل محتوای جمعی

آخرین نوع ایمیل مارکتینگ نیز ایمیل محتوای جمعی است که در آن باید تعدادی از محتواهای مرتبط و با کیفیت قرار گیرد و در این صورت به مشتری های خود پیشنهاد می کنیم که این نوع ایمیل ها را بخوانند.

اگر قصد دارید که محتوای درج شده در ایمیل محتوای جمعی را جذاب تر کنید و به این شکل بازدید بیشتری را برای آنها ایجاد نمایید، می توانید مقالات هفته و یا نظراتی که اینفلوئنسر ها در خصوص یک موضوع خاص دارند را جمع آوری کنید و با انجام این امور مشتری را برای خواندن این نوع ایمیل ترغیب نمایید.

## ابزارها و سرویس های ایمیل مارکتینگ

برخی از بهترین ابزارها و سرویس هایی که برای ایمیل مارکتینگ استفاده می شوند، از قبیل زیر می باشند:

mail chimp

میل چیمپ یکی از بهترین و محبوب ترین سرویس هایی است که برای ایمیل مارکتینگ مورد استفاده قرار می گیرد و از آن در سراسر دنیا استفاده می شود. این نوع سرویس ایمیل مارکتینگ به گونه ای است هم محیط کاربری ساده ای دارد و هم کسب و کار های کوچک و نوپا می توانند از سرویس های رایگان آن برای مدت طولانی استفاده کنند.

این سرویس دهنده دارای افزونه وردپرس با کلی قابلیت است که به آسانی امکان اتصال سایت به سرویس دهنده را میسر میسازد.

میل چیمپ مجهز به قالب های آماده و پیش ساخته است که از زیبایی بصری قابل قبولی برخوردار هستند و با استفاده از آنها میتوان به راحتی به سفارشی سازی ایمیل ها پرداخت.

علاوه بر اینها در میل چیمپ می توان برای بخش بندی مشتریان، پاسخگویی خودکار، دریافت کردن گزارش های تحلیلی و .. نیز اقدام کرد. میل چیمپ با وب سایت های بسیار زیاد و سیستم های مربوط به مدیریت محتوا و فروشگاه ساز مانند: ووکامرس، مجنتو، شاپیفای و ... سازگار است. پلن رایگان میل چیمپ امکان 2000 کاربر و ارسال 10 هزار ایمیل در ماه را می دهد که برای کسب های کوچک تا متوسط بسیار کاربردی است.

لینک سرویس [MailChimp](#) :

constant contact

کانستنت کانتکت نیز از دیگر سرویس های بسیار بزرگ ایمیل مارکتینگ در دنیا است که دارای رشد بسیار خوبی است و از مزیت های قابل توجه این سرویس را میتوان سهولت در برقراری ارتباط کاربران تازه کار با این سیستم در نظر گرفت. علاوه بر آن کانستنت کانتکت این امکان را ایجاد کرده است تا لیست های ایمیل، مخاطبان، قالب های ایمیل و ... به آسانی مدیریت شوند. این سرویس امکان استفاده ۶۰ روز اولیه رایگان دارد.

لینک سرویس [Constant Contact](#) :

mailerlite

میلرلایت نیز در گروه مشهورترین سرویس های ایمیل مارکتینگ در دنیا قرار دارد و کاربران زیادی را به سوی خود کشانده است. میلرلایت دارای بیش از 700 هزار کاربر فعال در سراسر دنیا است و به علت امکانات ارائه شده توسط این سیستم کاربران بزرگ و کوچک زیادی از آن استفاده می نمایند.

در این سیستم می توانید با استفاده از پلن های مختلف از دیگر امکانات حرفه ای تر مانند: بخش بندی مشتریان، استفاده از قالب های جذاب، ایجاد اتوماسیون بازاریابی و ... نیز استفاده کنید.

لینک سرویس [MailerLite](#) :

sendinblue

این سرویس به عنوان یکی از سرویس های بسیار قدرتمند در خصوص ایمیل مارکتینگ به حساب می آید و برای انواع کسب و کار ها می توان از آن استفاده کرد. سندی بلو دارای بیشتری میزان رشد در اروپا است و پس از تحریم هایی که در خصوص سرویس های میل چیمپ و میلرلایت برای کاربران ایرانی صورت گرفته، این سرویس بیشتر از قبل توجه کاربران ایرانی را به خود جلب کرده است.

با این وجود می توان گفت که اگر در جست و جوی یک ابزار قدرتمند هستید که با داشتن محیط کاربری آسان، امکان طراحی قالب های حرفه ای را برای شما فراهم کند و با استفاده از قابلیت های آن بتوانید تعامل خود را با مشتریان افزایش دهید، یکی از بهترین گزینه ها برای شما سندیین بلو خواهد بود.

لینک سرویس [SendinBlue](#) :

sender

سندر نیز همانند سندیین بلو بسیار مورد توجه کاربران ایرانی قرار گرفت و تا مدتی از جمله ابزار های بسیار پر کاربرد توسط کاربران ایرانی بود. همچنان نیز از این سرویس توسط کاربران ایرانی بسیار استفاده می شود اما به صورت کلی بر اساس بروز مشکلات و محدودیت های که در خصوص استفاده کاربران ایرانی از این سرویس وجود دارد، این ابزار هم محبوبیت خود را تا حد زیادی در بین کاربران ایرانی از دست داده است. سندر دارای پلن رایگان دارای ۲۵۰۰ کاربر و ۱۵۰۰۰ ارسال در ماه است.

لینک سرویس [Sender](#) :



**DM YAR**

**EMAIL MARKETING**

**ابزارها و سرویس های ایمیل مارکتینگ**

[dmyar.com](http://dmyar.com)

webengage

سرویس وب اینگیج یک سرویس هندی است که بعد از محدودیت های موجود در خصوص ابزار های مشهور برای کاربران ایرانی، بسیار مورد توجه قرار گرفت و کاربران آن روز به روز افزایش پیدا کردند.

وب اینگیج دارای دردرس ها و پیچیدگی های کمتری است و می توانید از قابلیت های ویژه آن به راحتی استفاده کنید. وب اینگیج دارای عملکردی آسان و حرفه ای است که کاربران تازه کار می توانند به راحتی با محیط کاربری آن آشنا شوند و کار کردن با آن را بیاموزند.

**لینک سرویس [WebEngage](#) :**

## نجوا

تمامی سرویس های ذکر شده در قسمت فوق از جمله سرویس های مشهور و محبوب جهانی بودند. اما برای استفاده از بسیاری از آنها کاربران ایرانی به علت تحریم ها و عدم وجود پشتیبانی مناسب دارای مشکل بودند.

به همین دلیل گروهی از سرویس های ایرانی در داخل کشور برای برطرف کردن این مشکلات طراحی شدند و جایگزین نمونه های خارجی گشتند. در نتیجه نجوا یکی از این سرویس های ایرانی است که برای ایمیل مارکتینگ استفاده می شود و بسیار قدرتمند است.

سازندگان سرویس نجوا سعی بر آن داشتند تا با ساخت این سرویس بهترین امکانات را با کیفیت بسیار بالا برای شما عزیزان فراهم کنند به گونه ای که نه تنها در مقابل سرویس های خارجی هیچ گونه کمبودی نداشته باشد بلکه با استفاده از آن بتوانید به راحتی به امور مورد نظر خود بپردازید.

سرویس نجوا دارای پلن هایی است که با استفاده از آن حتی افراد تازه کار نیز بتوانند به راحتی برای ارتقای کسب و کار خود اقدام کنند. به صورت کلی نیز نجوا دارای مزیت های بسیار زیاد دیگری برای کاربران ایرانی می باشد. به عنوان مثال: این سرویس از زبان فارسی پشتیبانی می کند و دارای سیستم پشتیبانی بسیار قوی است. در این سرویس پرداخت ریالی جایگزین پرداخت پر درسر ارزی شده است و از عملکرد آسان و قالب های حرفه ای بهره می برد.

# مراحل اجرای ایمیل مارکتینگ



۱ تدوین استراتژی

۲

تهیه لیست هدفمند



۳ انتخاب سرویس ارسال

۴

تهیه محتوای قوی



۵ محاسبه زمانبندی مناسب

۶

آنالیز و بررسی بازدهی



۷ اصلاح نقاط ضعف



## مراحل اجرای ایمیل مارکتینگ

برای ایجاد یک کمپین ایمیل مارکتینگ موفق نیاز به مراحل دقیق و حساب شده ای داریم تا بتوانیم بهترین بازدهی را از این کمپین دریافت کنیم در ادامه سعی میکنیم تمام این مراحل را مفصل توضیح بدهیم:

### مرحله اول: تدوین استراتژی قوی

در مرحله اول باید یک استراتژی قوی داشته باشید و کار را با برنامه ریزی آغاز کنید. در این خصوص باید آگاه باشید که در چه وضعیتی قرار گرفته اید و چه برنامه ای دارید. باید بدانید که برای چه محصولی میخواهید چه مقدار بودجه هزینه کنید و هدف شما چه میزان سود است، زمان بندی ارسال ها باید مدیریت شده باشد.

مخاطبان هدف را تعیین کنید و این موضوع را مشخص کنید که ایمیل های شما برای چه کسانی قرار است ارسال شوند زیرا بهترین و موفق ترین ایمیل ها را می توان آن دسته از ایمیل هایی در نظر گرفت که با مخاطبان هدف مرتبط باشند.

در مرحله بعدی باید اهداف را به صورت دقیق تعیین کنید و برای انجام این کار می توانید از مدل های smart کمک بگیرید. برای مخاطبین هدف باید روش هایی را برای انجام این کار در نظر بگیرید که بیشترین و با کیفیت ترین مشتریان را در لیست ایمیل شما جای داده باشد. اشخاصی که در سرویس شما عضو می شوند این اجازه را صادر می کنند تا برای آنها ایمیل بفرستید که برای انجام این کار می توانید از خبرنامه و یا فرم ثبت نام استفاده کنید.

در ادامه باید نوع کمپین ایمیلی را مشخص کنید و تصمیم بگیرید که خبرنامه ها را باید به صورت هفتگی ارسال کنید و یا روزانه. همچنین در این بخش باید مشخص کنید که برای محصولات جدید اطلاع رسانی انجام دهید و یا خیر.

باید مشخص کنید که هر چند وقت یک بار باید با مشتریان در لیست ایمیل خود در ارتباط باشید، به کار بردن این زمان بندی به این دلیل لازم است که به شما کمک می کند تا به کار خود نظم دهید و با اجرای دقیق برنامه ها باعث جلب رضایت و اعتماد مشتریان شوید.

در نهایت در آخرین مرحله از تدوین استراتژی قوی باید نتایج به دست آمده را اندازه گیری کنید و به سنجیدن آنها بپردازید زیرا که بدون بررسی گزارش های تحلیلی هیچ کمپینی به موفقیت دست نخواهد یافت. پس در نتیجه بازاریاب ها باید تمامی امور را اندازه گیری کنند تا از کوچک ترین تغییرات ایجاد شده در سیستم که تاثیر زیادی در عملکرد می گذارد، آگاه شوند.

### مرحله دوم: ایجاد لیست ایمیل هدفمند

زمانی که قصد دارید به کمک ایمیل مارکتینگ به تبلیغ محصولات و خدمات خود بپردازید باید لیستی از مشتریان را تهیه کنید که مشتری ها و مخاطبین تعیین شده باید خودشان نیز به عضویت در کمپین شما تمایل داشته باشند.

پس با این وجود سعی کنید که در این مرحله از روش های مختلفی مانند: کد تخفیف، اینفوگرافی، کتاب الکترونیکی رایگان و ... برای جمع آوری سرنخ های بیشتر اقدام کنید تا شانس موفقیت شما افزایش پیدا کند.

### مرحله سوم: انتخاب سرویس ارسال ایمیل مناسب

انتخاب کردن سرویس ارسال ایمیل مناسب از اهمیت زیادی برخوردار است که باید به آن توجه شود. در این رابطه می توانید از انواع سرویس های خارجی و یا ایرانی استفاده کنید که هر یک از این سرویس ها دارای مزیت های مخصوص به خود هستند.

سرویس های ایمیل مارکتینگ که در سراسر دنیا مورد استفاده قرار می گیرند دارای قابلیت های زیادی هستند و بیشتری امکاناتی که به کاربر ارائه می دهند و در تمامی آنها یکسان است، به شرح زیر می باشد:

- ارسال کردن ایمیل به صورت انبوه و زمان بندی شده
- وجود کاربری آسان
- امکان بخش بندی کردن مشتریان
- امکان استفاده از قالب های پیش فرض
- امکان سفارشی سازی و شخصی سازی
- وجود یک اتوماسیون برای بازاریابی
- گزارش هایی که به صورت اماری و تحلیلی هستند
- سازگاری آنها با نرم افزار و سیستم های مدیریت محتوا
- امکان پیاده سازی تست a/b
- امکان طراحی کردن فرم هایی به صورت مختلف

### مرحله چهارم: تهیه محتوای اختصاصی و قوی

در مرحله چهارم از مراحل اجرای ایمیل مارکتینگ باید از محتوای اختصاصی و قوی و جذاب استفاده کنید تا به این شکل بتوانید تعداد مشتریان خود را افزایش دهید. در این خصوص می توانید از قالب های آماده سرویسی که از آن برای ایمیل مارکتینگ استفاده می کنید، بهره ببرید و ایمیل هایی جذاب و خاص را به کمک آنها طراحی کنید. برای تهیه یک محتوای اختصاصی و قوی باید به مسائلی به شرح زیر دقت کنید:

#### • انتخاب موضوع و عنوان جذاب

برای تهیه یک محتوای اختصاصی انتخاب موضوع و عنوان اهمیت زیادی دارد زیرا عنوان حکم و پتیرین برای کار شما را دارد و انتخاب کردن عنوان های گیران باعث می شوند تا ایمیل های ارسال شده توسط شما به مشتری باز شوند و مورد مطالعه قرار بگیرند. پس به جذابیت تیتر و عنوان بسیار توجه داشته باشید و در این خصوص می توانید از ایموجی ها نیز کمک بگیرید.

#### • استفاده از تصاویر زیبا و گیرا

معمولا ایمیل هایی که تنها در بر گیرنده متن هستند، از جذابیت قابل قبولی برخوردار نمی باشند و به همین دلیل بهتر است که در ایمیل های طراحی شده خود از تصاویر زیبا نیز بهره ببرید و گیرایی ایمیل خود را با استفاده از این تصاویر افزایش دهید.

البته در این خصوص باید توجه داشته باشید که تصاویر به کار برده شده باید با موضوع ایمیل شما مرتبط باشند.

#### • ریسپانسیو بودن

با در نظر گرفتن اینکه کاربران برای چک کردن ایمیل های خود از دستگاه های مختلفی مانند: موبایل، تبلت، کامپیوتر و ... بهره می برند باید به ریسپانسیو بودن بسیار توجه کنید و در این خصوص کاربران موبایلی را مورد توجه قرار دهید.

#### • استفاده از کال تو اکشن CTA -

کال تو اکشن عملی است که باعث می شود تا تعداد کلیک ها افزایش پیدا کند و در صورتی که از این قابلیت در طراحی ایمیل های خود استفاده نکنید، نباید منتظر نتایج بسیار عالی باشید. در این عمل خریدار را راهنمایی میکنید که بعد از خواندن متن برای سفارش یا خرید باید چه کاری انجام دهند، در واقع این عمل مشتری را از گمراهی نجات میدهد.

#### • امکان شخصی سازی

شخصی سازی کردن محتوا یعنی ارسال ایمیل به مشتریان به صورتی که ایمیل مخصوص همان مشتری باشد، بسیار مورد توجه مشتریان و مخاطبان قرار می گیرد و از این موضوع نباید غافل شوید.

**DMYar**



## مراحل اجرای ایمیل مارکتینگ

[dmyar.com](http://dmyar.com)

اگر مایلید بدانید [اس ام اس مارکتینگ چیست؟](#) بر روی لینک کلیک کنید.

**مرحله پنجم: انتخاب زمان بندی مناسب برای ارسال**

برای ایمیل مارکتینگ و ارسال ایمیل های خود به مخاطبین سعی کنید که حتما از یک لیست زمان بندی برای ارسال ایمیل ها استفاده کنید و ایمیل های خود را بر اساس زمان بندی تعیین شده برای مخاطبین خود ارسال کنید تا به این شکل به آنها نشان دهید که تمامی امور شما با برنامه انجام می شود و با انجام این کار رضایت آنها را افزایش دهید.

**مرحله ششم: بررسی آماری، تحلیل و آنالیز میزان بازدهی**

بر روی هر ایمیلی که از سوی شما برای مخاطب ارسال می شود باید نظارت قوی وجود داشته باشد زیرا در غیر این صورت نمی توانید مشکلات موجود در سیستم را برطرف کنید و برای برطرف کردن آنها اقدام نمایید.

در نتیجه باید ایمیل های خود را به صورت آماری مورد بررسی قرار دهید و میزان بازدهی آنها را آنالیز کنید تا بتوانید با انجام این امور برای دریافت نتیجه بهتر و موفق تر اقدام کنید. از جمله مسائلی که می توانید با تحلیل آنها میزان بازدهی را تعیین کنید عبارتند از:

### • گزارش تحویل و یا دلیوری

در این بخش باید بررسی کنید که تعداد ایمیل های ارسال شده از سوی شما به inbox مشتری ها در مقایسه با تعداد کل ایمیل های ارسال شده چه قدر است.

### • نرخ باز کردن ایمیل

با بررسی این بخش می توانید نرخ باز شدن ایمیل ها را بسنجید و از تعداد ایمیل های ارسال شده که توسط مشتری باز شده اند، آگاه شوید.

### • نرخ کلیک بر روی ایمیل

در این بخش نیز می توان متوجه شد که چه تعداد از مشتریان بعد از مطالعه ایمیل ارسال شده بر روی دکمه cta کلیک کرده اند.

### • لغو عضویت

در رابطه با این مساله تعداد مشتریانی که عضویت خود را در کمپین شما لغو کرده اند نیز بسیار مهم است و باید به آن توجه شود و مورد تحلیل و بررسی قرار بگیرد.

### مرحله هفتم: استفاده از نقاط پیشرفت و اصلاح نقاط ضعف

در مرحله پایانی اجرای ایمیل مارکتینگ باید با کمک نظرسنجی های انجام شده از مشتریان، نقاط ضعف خود را اصلاح کنید و آنها را به نقاط قوت خود تبدیل نمایید تا درصد موفقیت فعالیت شما افزایش پیدا کند. سعی کنید برای ارتقاء فعالیت خود از راهکارهایی برای پیشرفت در فعالیت خود استفاده کنید و به روش های مختلف فعالیت خود را ارتقا دهید و دائم به فکر رشد کسب و کار خود باشید.

### خلاصه مطالب

در این مطلب سعی بر آن داشتیم که تمامی مطالب لازم و ضروری در خصوص ایمیل مارکتینگ را برای شما عزیزان شرح دهیم. اگر از مطالب ذکر شده در خصوص ایمیل مارکتینگ استفاده کنید و به تک تک مسائل دقت و توجه کافی داشته باشید، می توانید رشد و باعث ارتقا فعالیت خود شوید و مشتریان زیادی را به فعالیت مورد نظر خود جلب کنید.

فراموش نکنید که تمامی مطالب ذکر شده از جمله مسائلی هستند که هر شخص و یا شرکتی که در ایمیل مارکتینگ خود موفق است، به آنها پایبند می باشد و با استفاده از این راهکارها توانسته فعالیت خود را رونق دهد. به عبارت دیگر می توان گفت که با در نظر گرفتن تمامی این مطالب هر شخص و یا سازمانی می تواند در پروژه های ایمیل مارکتینگ خود به موفقیت دست یابد. پس امیدواریم که شما عزیزان نیز با استفاده از این مطالب بتوانید فعالیت موفقیت آمیزی را در رابطه با ایمیل مارکتینگ تجربه کنید. در صورتی که سوال یا نظری در رابطه با این موضوع دارید برای ما کامنت بزارید ، با کمال میل پاسخگوی شما خواهیم بود.

برای دانلود پی دی اف مقاله [کلیک کنید](#).

