

بهبود بخشیدن و بهینه‌سازی تجارت با ایمیل هیچ‌وقت پایان نمی‌پذیرد و شما باید از هر فرصت و علمی برای بهتر کردن شرایط استفاده کنید. ما به شما پیشنهاد می‌کنیم که تمرکز خود را در زمینه رقابت و معیارهای فرآیند ایمیل مارکتینگ افزایش دهید.

در ادامه ما به ۳ روش برای بهبود بخشیدن به عملکرد ایمیل‌های شما اشاره می‌کنیم. این روش‌ها طی سال ۲۰۱۳ و ۲۰۱۴ به‌عنوان مؤثرترین راه برای کسب موفقیت در ایمیل مارکتینگ معرفی شده‌اند.

۱. تعامل (شرکت کردن) مشترکین خود را افزایش دهید.

هرچه بیشتر مشترکین ایمیل خود را به کار بگیرید و آن‌ها را در تعاملات شرکت دهید به نفع شماست. کارشناسان معتقدند که این کار حتی از تبلیغات و انجام کارهای مختلف از جمله کسب بازدید و کاربر از طریق سیستم کلیک (open and click-through rates) هم بهتر است. ولی به‌هرحال، دعوت به حضور بیشتر کاربران یکی از رازهای موفقیت خواهد بود.

تعاملات صحیح و واقعی مشترکین، میزان عملکردهای مشترکین در فرآیندهای شخصی آن‌ها را آنالیز می‌کند. همچنین چگونگی برخورد و تعامل آن‌ها با سیستم کاری و برند شما را نیز بررسی می‌کند. اگر مشترکین ایمیل شما مشتریان شما هم باشند، می‌توانید از این طریق متوجه شوید آن‌ها از این سیستم چه استفاده‌ای می‌کنند و خواسته‌های آن‌ها چیست. پا را فراتر از روند عادی Open and Click-through Rates بگذارید و با این روش مقدار بیشتری مشترک ثابت کسب کنید. از طریق این روش می‌توان مقادیر کلیک‌ها را متوجه شد و میزان فعالیت هر مشترک را مشاهده کرد. در نتیجه شما قادر خواهید بود تا ببینید چه کسی بیشترین مقدار فعالیت را دارد و چه کسی کمترین مقدار را دارد. از این نتایج هم می‌توانید در ایجاد دسته‌های مختلف از مشترکین استفاده کنید و برای هرکدام پیغام‌های مناسب را در نظر بگیرید.

۲. درآمد حاصل از هر مشترک یا از هر ایمیل را افزایش دهید.

اگر شما می‌توانید از طریق ایمیل به‌صورت مستقیم یا غیرمستقیم به‌عنوان یک کانال کسب درآمد کنید، حالا وقتش رسیده است تا با چالش بعدی روبه‌رو شوید. شما می‌توانید از هر مشترک (Subscriber) درآمد کسب کنید. این نوع درآمد که با عنوان Email List Member شناخته شده است، دارای محاسبه نسبتاً ساده‌ای می‌باشد. این روش میانگین درآمد کلی شما را به ازای هر مشترک ایمیل در لیست شما افزایش می‌دهد. البته ناگفته نماند که این درآمدزایی آسان نیست و یک چالش حرفه‌ای به شمار می‌رود اما امتحان کردنش هم مزیت‌هایی به همراه دارد. یعنی حتی اگر از این راه به سوددهی هم نرسید، حداقل از تجربه به‌دست آمده می‌توانید در آینده استفاده‌ای بهتر داشته باشید.

۳. رفتارها و اقدامات منجر به فرآیندهای موفقیت‌آمیز ایمیل را شروع کنید یا آن‌ها را افزایش دهید.

در تجارت و بیزینس‌های آنلاین اصطلاحات خاصی وجود دارد. یکی از این اصطلاحات که نوعی رفتار تلقی می‌شود، با عنوان Triggered Email شناخته شده است. این کلمه در معنا مرتبط با این موضوع نیست اما اصطلاحاً به معنی ایمیل‌های هدف‌دار و مؤثرتر است.

سومین مورد از راهکارهای بهبود بخشیدن به کمپین‌های ایمیل به Triggered Email ها مرتبط است. تحقیقات نشان می‌دهد که اقدامات هم‌راستا با این ویژگی نتایج بسیار بهتر داشته‌اند و طبق آمار ۳۰٪ نرخ بیشتر در Open and Click-through Rate و همچنین سه برابر بیشتر در Conversion Rates در ایمیل‌ها به همراه داشته است.

زمانی که شما می‌توانید تعاملات و خواسته‌های مشتریان خود را دنبال کرده و بررسی کنید و رفتار بازخورد آن‌ها را مشاهده کنید، فرستادن ایمیل‌های خاص و مرتبط با مشترکین آسان‌تر شده مواردی همچون زمان مناسب‌تر برای برقراری ارتباط با مشترکین راحت‌تر قابل انتخاب هستند. اگرچه این بحث کمی پیچیده به نظر می‌رسد اما درک مستقیم آن در عمل ظاهر می‌شود. کسانی که از Triggered Email استفاده می‌کنند، قادر هستند تا عناصر مختلف در فرآیند کاری‌شان را برنامه‌ریزی کنند.

- برخی از مهم‌ترین عناصر قابل‌توجه که فروشنده‌ها (Marketers) به آن‌ها توجه بیشتری می‌کنند:
- رخدادهای، فعالیت‌ها و زمان‌های مشخص که اصول اولیه Triggered Email می‌باشد و برای اولویت‌بندی ارسال ایمیل‌ها به کار گرفته می‌شود.
 - زمان‌بندی برای برنامه‌ریزی ارسال و دریافت پیام‌ها
 - موضوع و محتوای پیام‌ها
 - شخص یا اشخاص خاصی که باید پیام‌های Triggered را دریافت کنند.
 - هماهنگی بین پیام‌ها و توجه به پیام‌های دنباله‌دار
 - تعداد پیام‌های ارسالی
 - برخی از انواع رایج Triggered Email ها :
 - * پیام‌های خوش‌آمدگویی
 - * پیام‌های تشکر

* پیام‌های تشویقی برای خرید بیشتر (Upsell)

* پیام‌های آموزشی

* پیام‌های حاوی پیشنهادات ویژه

* پیام‌های تبریک روز تولد و یا تبریک سالگرد عضویت

* پیام‌های مربوط به عضویت و حساب کاربری

اگر شما در حین انجام یک ایمیل مارکتینگ هستید و به دنبال استراتژی‌های مفید می‌باشید، زمان آن فرارسیدهاست تا شیوه Triggered Email را هم به‌عنوان مکمل به برنامه‌هایتان اضافه کنید. این درست است که باید زمانی را برای فکر کردن به انتخاب بهترین Trigger ها صرف کنید و برای دستیابی به یک مورد مناسب وقت بگذارید، این رویکرد مناسبی در مارکتینگ ها برای شما خواهد بود.