6 نصائح لنجاح حملات التسويق بالبريد الإلكتروني

يُعد التسويق بالبريد الإلكتروني أكثر فعالية بـ 40 مرة من فيسبوك وتويتر في اكتساب عملاء جدد. إضافة إلى ذلك، فهو قناة تولد عوائد استثمارية مُرضية، إذ أن كلّ دولار يُنفق في التسويق بالبريد الإلكتروني يحقق 38 دولاراً من عوائد الاستثمار. لذلك، يبقى البريد الإلكتروني من أقوى الوسائل المُستخدمة لنشر الوعي بالعلامة التجارية وتحقيق المزيد من الأرباح. لكن السؤال الأهم هنا، هو كيف تستخدم التسويق بالبريد الإلكتروني لإطلاق حملات تسويقية ناجحة؟

1- أنشئ قوائم عناوين بريدية

قديماً، كانت الشركات تلجأ إلى شراء قوائم عناوين بريدية في سبيل تجميع أكبر عدد ممكن من الجمهور لاستهدافهم بعد ذلك بالرسائل التسويقية دون تخصيص. أمّا الآن فلم يعد خيار شراء قوائم عناوين بريدية فعّالاً كما كان، لأنّه لا ضمان بأنّ تشمل تلك العناوين البريدية عملائك المستهدفين.

كما انخفضت أهمية شراء تلك القوائم بعد ظهور خاصية فلترة الرسائل، وزيادة احتمالية وصول رسائلك

إلى صندوق الرسائل العشوائية. لذا، يُفضل إنشاء هذه القائمة من خلال جمع بيانات الشريحة المستهدفة من العملاء. فيما يلي، بعض الخطوات العريضة للحصول على مجموعة عناوين بريدية مُركّزة للأشخاص المهتمين بمنتجك أو خدمتك:

اطلب بيانات العميل بأكثر من طريقة: ضع استمارة تسجيل البيانات في عدة أماكن على موقعك الإلكتروني، وعلى منصات التواصل الاجتماعي وغيرها، لتترك للعميل فرصة التسجيل من قنوات عدة، ما يساهم في الحصول على عناوين بريدية أكثر.

حفز العميل على تسجيل البيانات: أخبر العميل بالمميزات التي سيحصل عليها عندما يسجل بريده الإلكتروني. على سبيل المثال: «سجّل بريدك الإلكتروني لتطلع على أحدث العروض».

كافئ عملائك عند التسجيل: امنح العميل ميزة إضافية عند تسجيل بريده الإلكتروني. إذ تشير الإحصاءات إلى أن 28% من العملاء يُفضّلون استقبال رسائل بريد إلكتروني تحتوي على عروض أكثر من مرة واحدة أسبوعياً. يمكنك استخدام تعبيرات مثل: «سجّل بريدك الإلكتروني، واحصل على كوبون خصم…».

اقتصر على طلب المعلومات المهمة: لا تطلب معلومات لا تحتاجها حتى لا تُضيع وقت العميل. كلّ ما تحتاجه في البداية هو عنوان البريد الإلكتروني واسم العميل فقط. أي معلومات أخرى تحتاج إليها، يُمكّنك الحصول عليها من خلال الرسائل البريدية التي سترسلها للعميل.

لا تبالغ في طلب التسجيل: لا تجعل طلب تسجيل البريد الإلكتروني طويلاً كأن يكون في نافذة منبثقة كبيرة تحجب المحتوى، حتى لا تؤثر على تصنيف محركات البحث لمحتوى موقعك الإلكتروني. من المُفضّل أن تضع هذه الاستمارة في أسفل الشاشة، أو في نافذة منبثقة صغيرة تحتوي على مربع نصي لكتابة البريد الإلكتروني فقط، واترك للعميل حرية إزالتها حتى يتمكن من رؤية المحتوى المعروض إن أراد.

2- اصنع محتوىً فعّالاً

التسويق بالبريد الإلكتروني شأنه شأن أي أداة تسويقية إلكترونية أخرى، يحتاج إلى محتوى جيد لكي يؤتي ثماره. لذا، احرص على صناعة محتوى جذاب، حتى لا يصاب العملاء بالملل من قراءة رسائلك. وهذه

بعض النصائح التي ستساعدك على إنتاج رسائل بريد إلكتروني بمحتوى فعّال:

- امزج بين النصوص والصور والفيديو

في دراسة أُجريت لقياس حجم التفاعل مع التسويق بالبريد الإلكتروني، تمّ تتبع ما يقرب من مليار رسالة بريد إلكتروني، ووجدت الدراسة أن البريد الذي يحتوي على الفيديو يحصل على نسبة نقر إلى نسبة ظهور أكثر بـ 96% من البريد الذي لا يحتوي على الفيديو. لذا، استغل هذا الأمر بدمج الفيديوهات في محتوى رسالتك لتحصل على مستوى قراءات أعلى.

- استخدم نمط قصير مُعبّر

عنوان موضوع الرسالة أهم جزء يُساهم في نجاح التسويق بالبريد الإلكتروني. ابدأ باستخدام عنوان قصير معبر يجذب الانتباه. وفي متن الرسالة اعمد إلى الاختصار وذكر النقاط المهمة فقط حتى لا تُضيّع وقت العميل. وإن أردت ذكر المزيد فيمكنك إضافة روابط لتقديم تفاصيل أكثر، ليقوم العميل بزيارتها إن أراد. وإذا لم تكن لديك الخبرة لصناعة محتوى فعّال، فبإمكانك طلب خدمات الكتابة من صُنّاع المحتوى المبدعين بأقل تكلفة عبر منصة خمسات.

3- التزم بجدول مواعيد ثابت

يمكنك إرسال رسائل البريد الإلكتروني إلى عملائك بشكلٍ أسبوعي أو شهري أو حتى يومي، لكن المهم أن تُحافظ على جدول مواعيد ثابت. هذه الاستراتيجية ستجعل العميل يتوقع ميعاد وصول الرسالة وستخلق نوعاً من التشويق لدى العملاء.

ولكي تتعرف على أفضل المواعيد لإرسال رسائلك، جرّب إرسالها في عدة مواعيد مختلفة، واختبر أيّ

المواعيد يقدّ ِم تفاعلاً أفضل. على الرغم من ذلك، يُمكنك مُخالفة هذه المواعيد الثابتة في المناسبات الاستثنائية. على سبيل المثال؛ يُمكن إرسال رسائل خاصة بالعروض الترويجية في الجمعة السوداء (Friday Black).

4- اصنع رسائل متوافقة مع الجوال

التسويق عبر البريد

47% من رسائل البريد الإلكتروني تُقرأ باستخدام الهواتف الجوّ َالة. ثمة مجموعة من النقاط الهامة التي تساعدك على إنشاء رسائل البريد الإلكتروني المتوافقة مع الأجهزة المحمولة مثل: كتابة محتوى الرسالة في عمود واحد حتى تتسع الكلمات جميعها في شاشة الجوال، واستخدام حجم خط مناسب للعرض على الأجهزة المحمولة.

إضافة إلى وضع أزرار الدعوة إلى اتخاذ إجراء CTA في أماكن واضحة حتى يسهل على العميل الضغط عليها. يُساعد تعدد النسخ المتوافقة مع مختلف الأجهزة في نجاح التسويق بالبريد الإلكتروني. حيث يُساهم في تفادي أي مشاكل تصميمية. لذلك، من الجيد أن تُضيف إلى النسخة المعروضة على الهواتف المحمولة أيقونة لرؤية المحتوى في المتصفح.

5- تجنب السقوط في فخ الرسائل العشوائية

يُعاني متخصصو التسويق بالبريد الإلكتروني من مشكلة تصنيف الرسائل في البريد العشوائي. وإذا تم وضع الرسائل الخاصة في القائمة المزعجة، فإنه يصعب على المسوّقين المحترفين إعادتها مرة أخرى. لكن يمكنك اتباع بعض الخطوات البسيطة التي ستحميك من السقوط في هذا الفخ:

استخدم الاسم الرسمي للشركة.

إذا كنت تستخدم اللغة الإنجليزية لكتابة رسائلك، فلا يُفضَّل أن تكتب كافة أحرف عنوان الرسالة بالأحرف الكبيرة.

احرص على إضافة زر إلغاء الاشتراك.

اذكر سبب استقباله لهذه الرسالة. على سبيل المثال؛ أنت تستقبل هذه الرسالة لأنك سجّلت في القائمة البريدية لعلامتنا التجارية.

6- خصص الرسائل لكل عميل

تخصيص الرسائل من أهم أسباب نجاح التسويق بالبريد الإلكتروني. تحدث إلى العميل وكأن الرسالة قد صُمِّمت خصيصاً لأجله. يساعد في ذلك ذكر اسم العميل في موضوع الرسالة. على سبيل المثال: «حسام، استمتع بخصم 10% على طلبك القادم» أو ابدأ بها محتوى رسالتك مثلاً: «مرحباً حسام»..

لا تُرسل المحتوى ذاته لجميع العملاء، ضع في حسبانك الاختلافات في سلوك العملاء، ومواقعهم الجغرافية واختلاف ثقافاتهم واهتماماتهم. على سبيل المثال؛ إذا كنت صاحب شركة لبيع منتجات العناية بالبشرة والشعر، ووجدت عميلاً مُحدداً مهتم أكثر بمنتجات العناية بالبشرة، ففي هذه الحالة ستُركِّز على اختيار منتجات مُشابهة لفئة المنتجات التي يُفضّلها هذا العميل، وتُرسل إليه رسائل بريد إلكتروني متعلقة بها.

ختاماً، امنح كلّ عميل يقوم بتسجيل بريده الإلكتروني في قائمة البريد الخاصة بك استجابة سريعة. أرسل له رسالة ترحيبية تؤكد اشتراكه، على سبيل المثال: «سعداء بتسجيلك في قائمتنا البريدية..». ثمَّ أخبره عن الخطوة التالية، ولا تنس إضافة روابط للأقسام الموجودة بموقعك الإلكتروني ليتعرف العميل على المزيد من خدماتك.

وفقاً للإحصاءات التي أوردناها في هذا التقرير فإنّ خبراء التسويق يؤكدون بأن النصائح السابق ذكرها يُمكنها أن تزيد من معدل الاستجابة بنسبة تتراوح بين 62% و 73%، كما أنّها حققت زيادة في المبيعات لدى الشركات التي اتبعتها بنسبة 29%.