

טיפים לשיווק במייל - אימייל מרקטינג – Email Marketing

בתעשיית השיווק באינטרנט יש רבים המספידים את טכניקות השיווק דרך דואר אלקטרוני (Email Marketing). אך בעוד שבהחלט התפתחו אפשרויות קידום ושיווק מורכבות ומתקדמות יותר באינטרנט כיום, לדעתנו עוד מוקדם להספיד את השיווק במייל ובמקרים רבים זוהי טקטיקה יעילה ורלבנטית. אך בדיוק בגלל שבעבר השתמשו כל כך הרבה בשיווק דרך מיילים ומשום שהמשתמשים מופגזים בכל כך הרבה מידע דרך מדיומים אינטרנטיים שונים – חשוב לדעת כיצד לבצע שיווק כזה, כיצד להפיק מיילים שנפתחים, נקראים ומובילים לקליקים לאתר.

בהחלט מאתגר כיום לגרום לאנשים לפתוח מיילים מאתרים ומפרסמים, ועוד יותר מאתגר לגרום להם לבצע פעולה דרך המיילים – אך ביישום נכון ומקצועי, האתגר הזה הופך להזדמנות!

כיצד לכתוב תכתובות דוא"ל שהמשתמשים מצפים להן?



על מנת להפוך מייל מחברה מסחרית או אתר לכזה שהמשתמשים יצפו לו וירצו לקרוא אותו, צריך לשנות את הגישה ולכתוב עבור האנשים, לא לכתוב בתפיסה תאגידית הפונה לקהל רחב ונטול "אישיות". עליכם לגרום למנויים על הניוזלטר שלכם להרגיש כאילו הם מצפים למכתב מחבר – ממש כך! הטכניקות להשגת המטרה הזו הן:

- **להיות אישיים:** אל תכתבו לרשימת המנויים שלכם כגוף אחד - אלא כתבו **כאילו** אתם כותבים לאדם אחד בלבד. בצעו פרסונליזציה וחלקו את קהל הגולשים שלכם לרשימות תפוצה שונות.
- **לא לבזבז זמן:** הקפידו לשלוח מיילים רק כאשר יש לכם משהו בעל ערך אמיתי להגיד ולהציע, או מעת לעת או במרווחים קבועים וידועים לציבור המשתמשים.
- **להיות שימושיים:** אל תשלחו מיילים רק כשאתם רוצים משהו מהקוראים, חשוב לתת להם ערך שימושי ומעשי, להיות נדיבים וחברותיים.

- **שם אמיתי:** השתמשו בשמכם האמיתי בתור כתובת המקור שלכם לקוראים.
- **אמינות:** תנו לקוראים להבין למה לצפות, כולל בהקשר של הודעות שיווקיות וקידומי מכירות – שהמנויים ידעו שזה מה שהם יקבלו.
- **לא אישיים מדי:** למרות החשיבות להיות אישיים, אל תהיו אישיים מדי, אל תישמעו כמו תסריט של מוקד מכירות.
- **אתם בצד של הקוראים:** הזכירו לקוראים באופן מעודן שהם לא לבד, שאתם בצד שלהם ורוצים לסייע להם.
- **תגמול לקוראים:** הקפידו שאנשים ירוויחו משהו מקריאת המייל שלכם, למשל עם טיפ שימושי, משהו מעורר השראה או הצעה מיוחדת רק דרך המייל.

כיצד לגרום לכך שהמיילים יפתחו?

כדי לבלוט באינבוקס של המשתמשים שלכם ולא לטבוע בו – כאשר הלשוניות של ג'ימייל הפכו את הנושא הזה לקשה אפילו יותר – עליכם לפעול נכון - שורת הנושא של המייל צריכה ליצור תשומת לב, בדיוק כמו כותרת בעיתון או באתר. כמה טכניקות לכותרות איכותיות ויעילות הן:

- להבטיח משהו טוב ואטרקטיבי
- שימוש במילים עוצמתיות ומרכזיות – מילים עם הקשר חושי או רגשי למשל
- השתמשו במספרים, הם עוצרים עיניים משוטטות
- עוררו את הסקרנות עם מילים והגדרות לא ברורות
- הדגישו טעויות נפוצות ורלבנטיות למייל שלכם
- אל תתחכמו, שמרו על זה פשוט וספציפי
- ניסוי – אל תהיו שמרניים או מסורתיים, התנסו בכותרות ודברים חדשים
- בדקו מה אתרים מובילים וכותבים פופולאריים עושים
- כותרות פרובוקטיביות

כיצד לכתוב מיילים איכותיים ומושכי תשומת לב



גם אחרי שפתחו את המייל שלכם, צריך לגרום לאנשים לקרוא אותו ולשמור על תשומת ליבם. הנה כמה טיפים שימושיים לכך:

- כתבו מהר כי כך ההתלהבות שלכם עוברת לטקסט הכי טוב. (רק אל תשכחו לערוך אחר כך..)
- שמרו על הטקסטים קצרים.
- שאלו שאלות – כמו שהייתם עושים בשיחה פנים אל פנים.
- אל תעבדו לפי נוסחה קבועה מסוימת.
- הקפידו להוסיף מגע אישי למייל ולטקסט.
- השתמשו בכמה ברכות פתיחה וסיום – כדי לא להישמע "רובוטיים" מדי.
- השתמשו במילה את/ה – מילת שכנוע חשובה שרותמת את הגולש/ת!
- היו אנושיים והשתמשו בביטויים ומילים שרק אתם משתמשים בהם (אך עדיין צריכים להיות מובנים לקורא..)
- לא להיות משעממים! משפטים קצרים וחזקים.
- צריך להיות אכפת לכם מהקוראים שלכם.

כיצד למכור את המיילים שלך ואת מה שהם מציעים?

אתם קוראים על טיפים לשיווק במייל כדי למכור משהו, לכן צריך גם לוודא שהמטרה של המייל מושגת.

- קודם ספקו מידע בעל ערך ורק אז התקדמו להצעה השיווקית
- הדגישו את יתרונות ההצעה שלכם
- הדגישו איזו בעיה אתם פותרים
- המידע במייל צריך להיות מכוון לעבר המטרה המרכזית וההצעה השיווקית העיקרית
- הציבו מועד סופי מוגדר לסיום ההצעה
- הכניסו לטקסט כמה לינקים לאותו עמוד באתר
- הקפידו על קריאה ברורה ומודגשת לפעולה

בכל ניוזלטר עליכם להוכיח את עצמכם ולטפח את נאמנות הקוראים שלכם מחדש, לכן חשוב להיות יצירתיים ולא לקחת את תשומת הלב של הקוראים כמובנית מאליה.

ולסיום טיפ אחרון..

אל תשכחו את [חוק הספאם](#), אל תשחקו עם זה. שווקו חכם!