

یکی از مهمترین چالش های هر مسئول دیجیتال مارکتینگ، جذب سرنخ (تلفن، ایمیل، آدرس و...) از مشتریان بازار هدف و اجرای ایمیل مارکتینگ موفق می باشد و در این راه افزایش تعداد ایمیل های بانک ایمیل هدفمند و فعال کسب و کار در کمپین های ایمیل مارکتینگ بسیار اهمیت دارد.

بازاریابی ایمیلی به دلایل زیادی بسیار راهبردی می باشد:

۱. هزینه پایین
۲. بازگشت سرمایه بالا
۳. هدفمندی بالا
۴. قابلیت شخصی سازی برای کاربران

و.....

یکی از راههایی که در آموزش ایمیل مارکتینگ به آن اشاره می شود، دریافت ایمیل در ازای اهدای هدایا و یا تخفیف های بالا و یا برگزاری مسابقات و بازی های آنلاین می باشد.

در کشور ایران عموماً از میل چیمپ [Mailchimp](#) و میلر لایت [Mailerlite](#) برای ایمیل مارکتینگ Email Marketing و خودکار سازی و اتوماسیونی کردن ایمیل ها استفاده می شود.

بسیاری از کارشناسان دیجیتال مارکتینگ و حتی [شبکه های اجتماعی](#) از ارسال ایمیل تنها برای معرفی کالاهای جدید و یا شبکه های اجتماعی خود استفاده می کنند در صورتیکه در سال ۲۰۱۷ نیازمند استفاده هوشمندانه تری از این ابزار طلایی در کانتنت مارکتینگ، وفادار سازی مشتری، احیای سبد خرید و مشتریان غیر فعال هستیم.

## نمونه های ایمیل مارکتینگ موفق:

در تمامی مباحث آموزش ایمیل مارکتینگ موفق به دسته بندی های دقیق کاربران و ارسال ایمیل های مجزا اشاره میشود، بطور مثال در تصویر فوق، ایمیل محصولات جدید این کمپانی سوییسی تنها برای مشتریان وفادار و با هدف ایجاد فرصت خرید ویژه برای این دسته از کاربران ارسال شد که با استقبال بینظیری مواجه شد.

**عنوان، محتوا و نتیجه گیری Call to action و هدایت کاربر در این فرآیند حیاتی می باشد.**

در مثالی دیگر شرکت هایی مثل اوبر uber با پیغامهایی بسیار ساده، پیشنهادات ویژه خود را بصورت خلاصه و مفید در اختیار کاربران قرار میدهند.

کسب و کارهایی که آیکن و لوگوی جذابی دارند هم معمولاً از تصاویر و عناوین حیرت آوری در ایمیل های خود استفاده می کنند.

بنابراین بازاریابی از طریق ایمیل نیازمند تخصص و تفکر بسیاری زیادی است و هدایت مناسب کاربر با توجه به نکات تجربه، تعامل و رابط کاربری UI & UX می باشد.

شما هم میتوانید تجربیات خودتون رو در زمینه ایمیل مارکتینگ موفق با من و دیگر همراهانمان به اشتراک بگذارید.

شراگیم مرادی

