informa markets

创建出色的电子邮件营销活动

2019.11.12

Information Classification: General

大多数人不会点击收到的每封电子邮件。 由于主要电子邮件提供商提供了批量管理服务，因此大量用户只是浏览电子邮件并整体删除它们。

那么，公司如何才能提出一种脱颖而出的方法呢？ 引起注意是建立融洽关系的第一步，但这也远远不够。

为了帮助企业在被现实困扰的过程中苦苦挣扎，这里有些建议，帮助你的邮件在潜在客户的收件箱中脱颖而出。

1、注意电子邮件的目的

对于公司而言，建立电子邮件活动以测试数据的有效性很容易。

更重要的是，在客户/潜在客户需要你帮助时，要确保你在那里能够帮到他们，而不是每月发送个摘要。 到了某个点，很多人都按取消订阅按钮。 如果你不想被客户取消订阅，请创建动态的个性化电子邮件时事通讯以表明你对客户的关注。

Information Classification: General

2、旨在增加价值，而不仅仅是强卖你的产品or服务

企业在发送营销电子邮件时犯的最大错误之一是，他们专注于销售某些东西而不是增加价值。 企业应发送满足特定需求or有教育意义的内容。 反过来，我们就不会因急于求成的销售策略而被拒之门外，而且企业将自身定位成值得信赖和乐于助人。

3、始终澄清“对我有什么好处”

在你的主题行，电子邮件内容和call-to-action用语中必须清楚说明 “对我有什么帮助”。 与其解释为什么要举行一场研讨会，不如解释读者能从中学到什么东西。 不用阐述在这份白皮书中做了多少工作； 相反，告诉我我将从中学习的改变我生意的三件事。

Information Classification: General

4、讲到观众的痛点

如果你想在读者中脱颖而出，关键是要表明你了解他们的挑战和难点，并缓解他们的痛点、提供及时的沟通。 例如，如果你知道设置预算是一个普遍的挑战，请发送有关策略的电子邮件，以使你的受众在开始预算规划时可以更轻松地做预算。

5、保持品牌的露出

这听起来可能太简单了，但我们有一个硬性规定，那就是所有销售和营销电子邮件都必须包含我们的公司名称。 即使没有打开电子邮件，这也可以确保品牌知名度。 没有人会打开你的所有电子邮件-但是至少确保它们习惯了看到你的名字，以便在打开它们时感觉很熟悉。

6、做A/B测试

电子邮件是一个不断发展的媒介，你的受众也是如此。 坚持做A / B测试策略你会了解到真正引起受众共鸣的内容，并让你完善信息并与他们一起发展。 在电子邮件营销的适当时机，没有什么比相关内容更具吸引力。

Information Classification: General

7、不要从info收件箱发送

提高电子邮件营销活动的打开率的一种简单方法是，不从info收件箱（例如，info @或events @）分发邮件，而是从实际团队成员分发邮件。 这样可以在客户和团队之间建立熟悉度和信任度，同时为发送的邮件增加一定程度的个性化。 该策略应与沟通计划配合使用，以进行快速、个性化的回应。

8、记住，个性化至关重要

尽管很多因素是打开电子邮件的关键，但真正引起响应的是个性化。营销人员必须根据兴趣，行为，品类以及该客户在购买周期中的位置来制作每封电子邮件。

9、精心制作预览文字

精心设计和创意十足的预览文本是提高电子邮件打开率的一种非常简单有效的方法。 某些软件允许你为发送的每封电子邮件指定自定义预览文本，因此，请发挥创意！ 从唤起紧迫感或稀有性到使用表情符号表达情感，任何事情都可以解决！

Information Classification: General

10、使用收件箱中可见的三个部分

在确定了向受众发送电子邮件的最佳频率之后，你只需要处理三个部分：电子邮件地址本身，发件人姓名和主题行。 充分利用这三个方面！ 测试不同的版本。 尝试在主题行中使用收件人的姓名。

11、创造一个有力的标题

一个重要的主题是一切。 你必须满足听众的心理需求。 参考新闻媒体的标题，并以此为指南。 大多数情况下，好的标题让你想要更多信息，让你的听众也要有同样的感觉。

Information Classification: General