



SPIRAL TEAM

A new Perspective
of Creative Art

راهنمای جامع ایمیل مارکتینگ



نداشتن استراتژی ایمیل مارکتینگ به معنای از دست دادن فرصت‌های فروش و شانس تقویت روابط با مشتریان است. بازاریابی ایمیل ابزاری منعطف است که می‌توانید در تمامه مراحل قیف فروش از آن استفاده کنید. با استفاده از ایمیل‌های هوشمندانه، مشتریان بالقوه در مراحل اولیه فرآیند خرید از اطلاعات مفیدی در مورد مشکل خود بهره‌مند خواهند شد. هر زمان که یک شرکت، به شرکتی دیگر یا به افرادی مستعد خرید، ایمیل ارسال می‌کند، جدای از اینکه آن ایمیل تأیید سفارش است یا پاسخ مستقیم به سؤالات مشتری، می‌توان آن را نوعی ایمیل مارکتینگ در نظر گرفت. مهم‌ترین استراتژی‌های ایمیل مارکتینگ که در این مقاله به آن‌ها اشاره شده است عبارتند از:

- لیست خود را بسازید.
 - در عین خودکار بودن، از قوانین پیروی کنید.
 - ترکیبی از پیام‌های بهینه را ارسال کنید.
 - به مشترکین خود احترام بگذارید.
 - یک برنامه زمانی منظم را دنبال کنید
 - بهینه‌سازی برای موبایل را فراموش نکنید.
- همچنین به انواع ایمیل‌های کاربردی در بازاریابی ایمیل نیز اشاره شده است که به ترتیب زیر هستند:

- ایمیل‌های خوشامدگویی
- خبرنامه‌های ایمیل
- ایمیل‌های یادآوری
- ایمیل‌های معاملات مانند ایمیل‌های پس از خرید
- ایمیل‌های Nurture
- ایمیل‌های سرد
- ایمیل‌های تبلیغاتی

[لینک اصلی مقاله](#)