

ده نکته برای موفقیت در بازاریابی الکترونیکی بوسیله پست الکترونیکی

قابل توجه بازاریابان الکترونیکی: " کارهای خود را طبق روال انجام دهید و نکته های زیر را بخاطر بسپارید".

۱- نامه های تبلیغاتی خود را فقط برای افرادی بفرستید که برای دریافت آن درخواست داده اند. در حالت ایده آل، بعد از دریافت درخواست افراد، باید يك پیام برای آنها بفرستید و از آنها تأییدیه ای مبنی بر موافقت آنها برای دریافت نامه ها بگیرید. اشتباهی که بعضی از بازاریابان انجام می دهند آن است که نامه های تبلیغاتی را برای افراد مختلف ارسال می کنند و این کار را تا زمانی ادامه می دهند که درخواست عدم تمایل به دریافت نامه از طرف گیرنده صادر شود. استفاده وسیع از این روش در سالهای گذشته باعث سست شدن تجارت الکترونیکی شده است. بررسی انجام شده در سال ۲۰۰۱ نشان می دهد که ۶۳٪ از کاربران وب معتقدند که "ارسال نامه های ناخواسته به سبب خرید از طریق وب سایتها، برای آنان مزاحمت ایجاد می کند" در حالیکه در سال ۱۹۹۸ تنها ۵۸٪ افراد این چنین نظری داشتند. این مطلب باعث شده است که اکثر افراد در هنگام خرید و بازدید از وب سایتها، از آدرس های جعلی و غیرواقعی استفاده کنند. طبق بررسی انجام شده در سال ۱۹۹۵ حدود ۶۰٪ بازدیدکنندگان هنگام پر کردن فرم های اینترنتی، اطلاعات غلط وارد کرده اند.

نکته مهم: اعتماد مشتری جلب کردنی است. یکی از بهترین راه حل های جلب اعتماد، احترام به عقاید مشتری در مورد دریافت نامه های تبلیغاتی یا عدم دریافت آنهاست.

۲- همواره به درخواستهای مشتری برای عدم دریافت نامه ها احترام بگذارید. روش ساده ای را برای خروج از سیستم نامه ها در اختیار افراد قرار دهید. در تمام نامه ها آدرسی قرار دهید که از طریق آن مشتری بتواند تمایل خود به عدم دریافت نامه ها را به شما اعلام کند. بیشتر افرادی که تقاضای خروج از سیستم شما را دارند از تعداد زیاد نامه ها رنج می برند. برای رفع این مشکل می توانید گزینه ای در اختیار آنها قرار دهید. به طور مثال: به جای دریافت نامه های روزانه، نامه های خلاصه شده هفتگی را دریافت کنند.

نکته مهم: حجم کمتر معمولاً" بیشتر مورد توجه قرار می گیرد.

۳- برای هر تغییری توسط ارسال يك نامه، تأییدیه بگیرید. عضویت اولیه، سفارشات، ارسال سفارشات و هر تغییری در مشخصات و وضعیت مشتری نیاز به اخذ تأییدیه از وی دارد. با این کار درصد امکان بروز اشتباه و اطلاعات غلط را کاهش می دهید. اگر از طریق يك آدرس جعلی درخواستی دریافت کنید، بعد از فرستادن نامه اخذ تأییدیه، هرگز جوابی دریافت نخواهید کرد. می توانید از این نوع نامه ها برای افزایش فروش نیز بهره ببرید. برای مثال پیشنهادات مشابه و مرتبطی را در آنها بگنجانید.

۴- به مشتریان خود حق انتخاب بدهید تا بدانند که برای شما ارزشمند هستند. مشتری علاقه دارد چه نوع اطلاعاتی دریافت کند؟ فاصله زمانی این اطلاعات باید چگونه باشد؟

به مشتری جرات دهید تا اطلاعات بیشتری در اختیار شما قرار دهد تا به این ترتیب بتوانید جایگاه آنها را در پیشبرد اهداف تجارت خود مشخص کنید. اما از گرفتن اطلاعات شخصی افراد خودداری کنید. باید طوری برنامه ریزی کنید که به تدریج به مشتریان خود نزدیک شوید و اطلاعات بیشتری را در مورد آنها کسب کنید.

۵- ارتباط و منفعت دوطرفه

مشتریان آدرس پست الکترونیکی و دیگر اطلاعات شخصی خود را برای نودوستی به شما نمی دهند، بلکه در مقابل باید چیز با ارزشی دریافت کنند. این ارزش می تواند در غالب دریافت اطلاعات خاص (روی سایت شما یا از طریق نامه های الکترونیکی)، هدیه های رایگان، کارت تخفیف یا قرعه کشی باشد.

نکته مهم: خلاقیت عامل مهمی در این امر است، اما به یاد داشته باشید که علاوه بر این موارد باید در تمام نامه هایی که برای مشتریان ارسال می کنید مطالب با ارزشی قرار دهید.

۶- لیست مشتریان شما سرمایه ای است مخصوص شما، هرگز آنرا به دیگران ن فروشید! اگر مایلید به همکاران خود کمک کنید و از طریق همکاری درآمدهای خود را نیز افزایش دهید، در نامه های تبلیغاتی خود به مشتریان پیشنهاد دهید که از سرویسهای همکاران شما نیز استفاده کنند. اما دقت کنید که تبلیغات حتماً روی نام شرکت شما تاکید داشته باشد. این قرارداد باید در مدت معینی اجرا شود و مشتریان را ترغیب کند که در سیستمهای تبلیغات دیگران نیز عضو شوند.

۷- سیاست حفظ حریم خصوصی مشتریان را تدوین و برای آنها ارسال کنید. با این کار رابطه شما محکم تر خواهد شد و به آنها خواهید فهماند که در پشت پرده این سایت، افراد واقعی و مسئولی وجود دارند.

۸- به نیازهای مشتریان خود سریعاً پاسخ دهید. بدون شرح!

۹- از لیست مشتریان دیگران استفاده نکنید. مگر در مواردی مانند مورد ۶ که در بالا ذکر شد.

۱۰- قدرت شبکه ها را از یاد نبرید. اخبار بد روی اینترنت بسیار سریعتر از اخبار خوب پخش می شوند. یک مشتری خشمگین می تواند با ارسال یک پیام کوتاه، خشم خود را از شرکت شما به میلیونها نفر منتقل کند. از اشتباهات کوچک پرهیز کنید زیرا اشتباهات دنیای الکترونیکی مانند اشتباهات تلفنی یا ... نیستند که به آسانی قابل جبران باشند.

Eghtesadgar