

Najlepsze praktyki w email marketingu

1. Zbieranie bazy odbiorców

- ✓ nie kupuj bazy odbiorców ani nie zbieraj jej z ogólnodostępnych miejsc!
- ✓ buduj ją w systemie double opt-in
- ✓ nie wysyłaj do adresów odbijających, nieistniejących, ani tych, które wypisały się z Twojego newslettera

2. Segmentuj swoją bazę

Twoi odbiorcy różnią się między sobą, dlatego warto wysłać do nich różne treści.

Segmentować możesz na podstawie danych:

- ✓ deklaracyjnych, czyli: imię, płeć, czy miejsce zamieszkania
- ✓ behawioralnych, czyli: częstotliwość otwarć maili, kliknięcia w otagowane linki, otwarcie konkretnej kampanii itp.
- ✓ transakcyjnych, czyli: jest/nie jest na liście klientów, dokonał zakupu w ostatnim czasie itp.

Segmentacja przyniesie Ci:

- ✓ wyższy Open Rate i CTR
- ✓ wzrost przychodów
- ✓ zmniejszenie liczby wypisów z newslettera

3. Treść mailingu

- ✓ temat powinien być krótki i zachęcający do otwarcia
- ✓ w wiadomości umieść link podglądu w przeglądarce
- ✓ koniecznie dodaj link wypisu
- ✓ treść maila powinna być użyteczna i dopasowana do oczekiwań odbiorcy (personalizowana)
- ✓ w treści maila unikaj słów ogólnie kojarzonych ze spamem

4. Wygląd mailingu

- ✓ twoja wiadomość powinna być przejrzysta i czytelna;
- ✓ jedna kampania = jedno CTA
- ✓ dbaj o responsywność szablonu
- ✓ w przypadku dłuższych treści wyrównaj tekst do lewej będzie łatwiejszy do przeczytania
- ✓ fonty powinny być bezszeryfowe, czytelne, nieskomplikowane, dla zachowania czytelności stosuj jeden font, a poszczególne treści wyróżniaj nagłówkami
- ✓ zachowuj równowagę treści do obrazków (min. 50:50)

CTA

5. Optymalizacja

Aby Twoje kampanie były efektywniejsze, optymalizuj swoje działania.

- ✓ stosuj testy A/B tematu i nadawcy
- ✓ testuj najlepszą porę wysyłki
- ✓ używaj autoresponderów
- ✓ śledź raporty OR i CTR i reaguj na bieżąco

6. Unikaj tych błędów!

- ✗ wysyłanie mailingu mimo braku zgody
- ✗ brak personalizacji, wysyłka „wszystkiego do wszystkich”
- ✗ nieregularna/lub zbyt częsta wysyłka
- ✗ używanie FWD, RE lub ODP w temacie wiadomości
- ✗ brak responsywności
- ✗ nietestowanie wiadomości
- ✗ brak CTA

