

## Esti on-line (IV)

**Puncte cheie ale e-mail marketingului.** Acest numar este dedicat, dupa cum am promis, e-mail marketing-ului, un subiect foarte complex pe care il vom dezbate si in numarul urmator.

Dar sa incepem prin a spune ca e-mail marketingul este parte componenta a marketingului direct, deci vizeaza o adresare personala, one-to-one, a pietei tinta.

Unul din marile avantaje ale acestei metode de marketing este costul redus pe care il presupune lansarea unei campanii de e-mail marketing.

In continuare voi dezvolta cateva din elementele cheie ale unei campanii de e-mail marketing. Si, bineinteles, incepem cu **segmentarea pietei**. De ce este nevoie de segmentarea pietei/bazei de date? In primul rand pentru ca baza de date nu este formata dintr-un grup omogen de clienti/potentiali clienti. Evitati folosirea celei mai comode metode: un singur grup - un singur mesaj. Clientii nu au aceleasi asteptari de la produsele/serviciile dvs. Unii asteapta oferte pentru promotii, altii pentru produse noi (sau complementare celor deja achizitionate), altii oferta de service etc. Unii sunt tineri, altii in varsta si cu siguranta vor reactiona in mod diferit la oferta voastra. Un avantaj al acestei metode este posibilitatea de a personaliza mesajul si de a crea un continut cat mai relevant pentru fiecare persoana/grup al pietei tale tinta. Foloseste-l!

**Continutul** unui e-mail/newsletter este aproape la fel de important ca designul sau. Spun aproape deoarece, din punctul meu de vedere, layout-ul are rolul de a sustine continutul si de a-l face cat mai usor de parcurs si memorat. Un layout inestetic, mult prea puternic vizual, nu va reusi niciodata sa scoata in evidenta textul, ci, poate va reusi sa alunge cititorul de pe pagina ta. La fel cum un layout bun nu va reusi sa vanda sau sa faca memorabil un text irelevant sau incorect.

Cateva **tips-uri** referitoare la continut si modul in care acesta trebuie construit:

1. Foloseste cuvinte putine si propozitii scurte - fi concis
2. Construiește pe baza regulii piramidei inverse - informatia principala/concluzia la inceput

3. Utilizeaza o ancora in prima parte a textului
4. Delimiteaza vizual textul in paragrafe pentru a fi cat mai usor de parcurs. Nu uita, paginile de internet nu se citesc, se scaneaza!
5. Foloseste termeni uzuali, simpli, pe intelesul pietei tinta.
6. Relateaza la timpul prezent - creaza actiunea

**Spamul** - principalul dezavantaj al e-mail marketingului. Evita ca e-mailurile tale sa fie detectate drept spam de catre casuta postala dar si de catre destinatar. Pentru aceasta exista cateva elemente pe care trebuie sa le ai in vedere.

1. Cere permisiunea persoanelor de a le trimite e-mailul tau.
2. Cere confirmarea - double opt-in
3. Evita scrisul cu Caps Lock si caracterele mai mari de 15
4. Ai grija la combinatiile de culori: scrisul alb pe fundal negru, prea mult albastru, verde si rosu
5. Foloseste cu atentie imaginile - multe casute de mail le blocheaza by default
6. Oferă abonatilor tai si posibilitatea de a se dezbona in cazul in care produsele/serviciile/informatiile tale nu ii mai intereseaza - butonul de dezabonare trebuie sa fie vizibil si sa si functioneze.

Cam atat despre e-mail marketing pentru acest numar. Data viitoare vom continua subiectul si vom discuta despre masurarea rezultatelor unei campanii de e-mail marketing. Pana atunci va urez zile racoroase si nu uitati ca „Imaginea conteaza!”

**Oana Catalina VICOL**

**Creative Director - REM Brandt**