

Desatero efektivního e-mailingu

1. Cíle a hodnota

Stanovte si, jaký je cíl vašeho newsletteru. Jakou hodnotu přináší zákazníkům?

2. Databáze e-mailů

Prozkoumejte, jaká je kvalita databáze. Ověřte si, že máte double opt-in a zahrnutou možnost opt-outu.

3. Kontaktní informace

Uvedte o sobě jasné kontaktní informace. Neposílejte své sdělení z e-mailu typu donotreply@random.com.

4. Předmět a CTA

V předmětu e-mailu jasně definujte, co přinese čtenáři. V CTA tlačítkách buďte struční a výstižní, ať lidé vědí, kam se po prokliku dostanou.

5. Obsah

Pište kvalitní obsah, který bude relevantní pro cílovou skupinu. Zkontrolujte pravopis, k obrázkům přidejte ALT tagy, ověřte si, že všechny odkazy fungují, a otagujte si je pro lepší měření.

6. Náhled

Zkontrolujte, že se e-mail zobrazuje, jak má – na desktopu, mobilu i tabletu a v různých e-mailových klientech. Testovací sadu odešlete ideálně na pár interních kontaktů.

7. Načasování

V různých segmentech fungují různé rozesílkové časy. Zjistěte si, která doba je ideální právě pro váš e-mailing, a svoji práci tomu přizpůsobte.

8. Pozor na spam

Zaměřte se na vše, co zvyšuje tzv. „spam score“, a e-maily pečlivě zkontrolujte.

9. Vyhodnocení

Spočítejte si, jaký je poměr otevřených e-mailů, proklikovost odkazů, konverzní poměr z newsletteru, bounce rate a unsubscribe rate.

10. Testujte, segmentujte, optimalizujte

Testujte různé předměty, pozadí, odkazy i změny textace. Vyzkoušejte A/B testy, ve kterých například segmentujete publikum podle zájmu, pohlaví nebo místa přihlášení k newsletteru. Zjistěte si, který newsletter má nejlepší open rate a další důležité metriky.