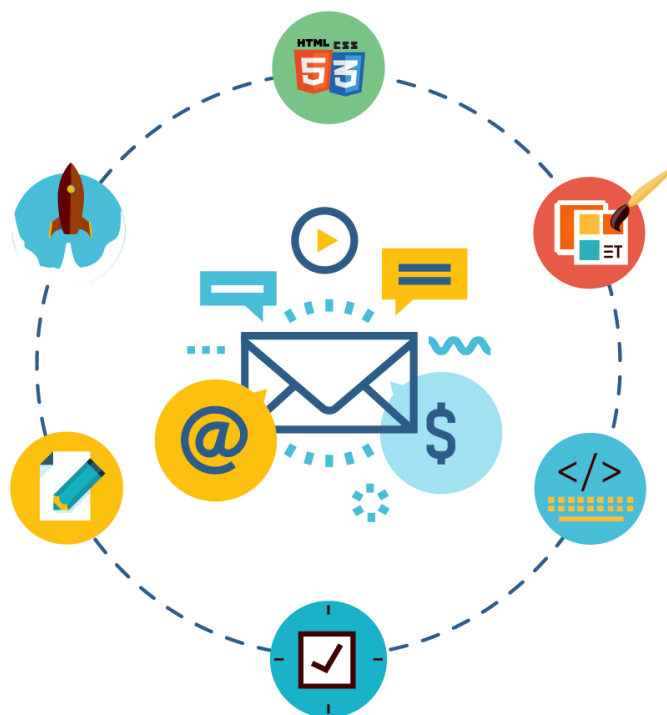


Digitālais mārketing

E-pasta mārketing, mobilais mārketing

5.lekcija

E-pasta mārketingu, kā jau to norāda nosaukums, ir e-pasta izmantošana mārketinga komunikācijās.



Kāda veida e-pastu?

- ▶ Tā plašākajā nozīmē, jēdziens *e-pasta mārketinga* ietver katru e-pastu ko jūs kādreiz nosūtāt klientiem, potenciāliem klientiem vai sabiedrības grupai. Kopumā šis jēdziens tiek izmantots, lai atsauktos uz:
 - ▶ Tiešo reklāmas e-pastu sūtīšana, lai mēģinātu iegūt jaunus klientus vai pārliecināt esošos veikt jaunus pirkumus
 - ▶ E-pastu sūtīšana, lai veicinātu klientu lojalitāti un uzlabotu attiecības ar šiem klientiem
 - ▶ Mārketinga ziņojumu vai reklāmu izvietošana e-pastos ko sūtāt citiem cilvēkiem
- ▶ Šie trīs galvenie e-pasta mārketinga veidi ir salīdzināmi ar:
 - ❖ Tiešā e-pasta sūtījumiem
 - ❖ Drukātu jaunumu vēstuļu sūtīšanu
 - ❖ Reklāmu izvietošana žurnālos un laikrakstos ko citi abonē

Tomēr šajā visā ir viena atšķirība, un tā ir atļaujas piešķiršana



E-pasts mārketings ir ļoti populārs, jo:

- ▶ Nosūtīt e-pasta vēstules ir daudz lētāk nekā izmantot citus komunikāciju veidus
- ▶ E-pasts ļauj piegādāt ziņojumus cilvēkiem personīgi (atšķirībā no tīmekļa vietnes, kur cilvēkiem pašiem šis ziņojums ir jāatrod)
- ▶ Pareiza e-pasta mārketinga stratēģija ir pierādījusies kā veiksmīgākais no mārketinga veidiem



Tiešais e-pasts

- ▶ Tiešais e-pasts ietver reklāmas ziņojumu sūtīšanu kā e-pastu:
 - ▶ *Tas, piemēram, varētu būt paziņojums par īpašu piedāvājumu.*
 - ▶ *Līdzīgi, kā jums ir pieejams saraksts ar klienta vai saņēmēja pasta adresēm, lai nosūtītu jūsu reklāmas ziņojumus, tāpat jūs varat arī vākt savu klientu e-pasta adresu sarakstu.*
- ▶ Jūs varat arī iznomāt e-pasta adresu sarakstus no uzņēmumiem, kas sniedz šādus pakalpojumus.
- ▶ Tie jums ļaus nosūtīt e-pasta mārketinga ziņojumus uz viņiem pieejamo e-pasta adresu sarakstiem.
- ▶ Šie pakalpojumi parasti var palīdzēt sasniegt mērķauditoriju atkarībā no interesēm vai ģeogrāfiskā izvietojuma.



Attiecību veidojošie e-pasti

- ▶ Tā vietā, lai sūtītu tikai reklāmas e-pastus, kas ir paredzēti tikai, lai veicinātu saņēmēju rīkoties (pirkt kaut ko, kaut kam pierakstīties, utt), jūs variet izsūtīt arī attiecību veidojošos e-pastus.
- ▶ Tie parasti ir regulāri e-pasti, ko sauc par jaunumu vēstulēm.
- ▶ Jaunumu vēstules var veikt reklāmas ziņojuma funkciju, bet to mērķis galvenokārt būs paredzēts, lai radītu ilgtermiņa ietekmi uz lasītājiem.
- ▶ Tām jānodrošina lasītājus ar vērtību, kas nozīmē vairāk nekā tikai pārdošanas ziņojumi.
- ▶ Tajā būtu jāietver informācija, kas informē, izklaidē, un piedāvā cita veida priekšrocības.



Reklāma citu cilvēku e-pastos

- ▶ Tā vietā, lai jūs veidotu savu jaunumu vēstuli, jūs varat maksāt citiem, lai tie pievieno jūsu reklāmas savās jaunumu vēstulēs.
- ▶ Jo patiesībā ir ļoti daudz e-pasta jaunumu vēstules, kas ir radīta tieši šādiem mērķiem – pārdot reklāmas laukumus savās vēstulēs priekš citiem.



Kas ir “atļauja”?

- ▶ Profesionāls un atbildīgs e-pasta mārketingu ir balstīts uz ideju par atļaujas saņemšanu. Šis ir sarežģīts jautājums un tā ir pastāvīga diskusiju tēma mārketinga aprindās.
- ▶ Būtībā, jums ir nepieciešama e-pasta adreses īpašnieka piekrišana pirms jūs varat nosūtīt tiem komerciāla rakstura e-pastus. Ja jums nav šādas atļaujas, tad jūsu pasta pakalpojumu saņēmēji var uzskatīt jūsu ziņojumu kā surogātpastu, kas būtībā ir nepieprasīts komerciāls e-pasts.



SPAM

- ▶ Neatkarīgi no šiem praktiskiem apsvērumiem, ir arī spēcīgs arguments, kurā teikts, ka ilgtermiņā veiksmīgas e-pasta mārketinga attiecības ar klientiem u.c., var darboties jebkurā gadījumā, bet tikai tad, ja tās ir balstītas uz atļauju.
 - ▶ Kā piemēru atļaujas došanai varam minēt interneta veikalu, kad jūsu klients kaut ko pērk, un lauciņā ar uzrakstu “lūdzu atsūtiet man ziņu par produktu atjauninājumiem, izmantojot e-pastu” atzīmē, ka vēlas saņemt šos jaunumus. Jums tagad ir “atļauja”, lai nosūtītu šai personai produktu atjauninājumus pa e-pastu, ja jūs, protams, dodat saņēmējiem iespēju šo atļauju anulēt (atrakstīties) jebkurā laikā.
-



-
- ▶ Ir svarīgi uzsvērt, ka ikvienam, kas vēlas nodarboties ar **e-pasta mārketingu**, ir noteikti jāiepazīstas par atļaujas saņemšanas un surogātpastu tēmām. Ja jūs neizprotat atļaujas svarīgumu un to ignorējat, tad Jūs riskējat ar savu biznesu, un tā pozīcijas var ciest komerciālu katastrofu.



NEKAD nedrīkst darīt šīs lietas!

- ▶ Izsūtīt e-pastus saņēmējiem, kuri nav devuši atļauju izmantot viņu e-pasta adreses vai nav tieši pieprasījuši informāciju no tevis.
- ▶ Izmantot nopirktus, izīrētus, aizdotus vai citā veidā no trešās puses iegūtos e-pastu sarakstus.
- ▶ Izmantot “ievāktās” e-pasta adreses no publiski pieejamiem datiem.
- ▶ Sūtīt nevēlamus e-pasta sūtījumus ar trešās puses pakalpojumiem, ar nolūku caur e-pastiem iegūt jaunus saņēmējus e-pasta sarakstam, kuru pārrauga Mailigen.
- ▶ Iepriekšējais punkts attiecas arī uz apšaubāmiem mēģinājumiem likt parakstīties Mailigen pārraudzītam sarakstam caur veidni tavā mājaslapā.
- ▶ Izmantot sarakstu, kas ir vecāks par 6 mēnešiem, vēlreiz neapstiprinot saņēmēju dalību sarakstā.
- ▶ Izmantot maldinošu “subject” temata lauku – šis lauks nedrīkst saturēt nepatiesu vai maldinošu informāciju. Tam ir jāpaskaidro, kas atrodas izsūtītā e-pasta saturā.




E-pasta mārketinga kampaņas veidošana

Savas auditorijas apzināšana

- ▶ Pirmais solis būtu noskaidrot jūsu e-pasta adresu avotus, uz kurām jūs sūtīsiet savu jaunumu vēstulju ziņojumus. Šeit ir dažas avotu grupas, ko Jūs vēlēsiet iekļaut jūsu adresātu sarakstā, ja Jums tāda vēl nav:
 - ▶ **Cilvēki, kas ir pierakstījušies jūsu mājaslapā**, lai no jums saņemtu jaunumu vēstules. Šie cilvēki ir pierakstījušies, lai no jums sagaidītu vērtīgu saturu, kas ir līdzvērtīgs tam, ko viņi ir redzējuši jūsu mājaslapā.
 - ▶ **Cilvēki, kuri ir sazinājušies ar jums caur e-pastu vai jūsu mājas lapu**. Vai nu viņi ir atstājuši komentārus un atsauces, vai jautājumus jūsu mājas lapā, izmantojot jūsu kontaktu lapu, atstājot jums savu e-pasta adresi. Ar šiem cilvēkiem ir iespēja sakontaktēties un rast iespēju jūs uz klausīt.



-
- ▶ **Jūsu biznesa kontakti.** *Biznesa cilvēki vienmēr cenšas sekot jaunākajai informācijai, produktiem, pakalpojumiem vai padomiem, un visvairāk vēlēšies lasīt par to, ko jūs nodarbojaties, īpaši, ja tas attiecas uz attiecīgo nozari šim konkrētajam uzņēmumam vai profesijai. Tātad ja jums ir pieejamas vizītkartes uz jūsu galda, sāciet ar šo vizītkaršu apzināšanu.*
 - ▶ **Draugi un ģimene.** *Jūsu draugi un ģimene, iespējams, visvairāk vēlēšies saņemt un lasīt jūsu e-pasta jaunumu vēstules. Tāpēc šo grupu nevajadzētu novērtēt par zemu. Nevilcinieties sūtīt viņiem sākumā testa e-pastus, lai iegūtu atsauksmes, kā uzlabot jūsu jaunumu vēstules saturu.*
-
- 

Kāds tad īsti ir labs saturs?

- ▶ Labs saturs pastāsta lasītājiem to, ko viņi vēl nezina:
 - ▶ Būtu jāizvairās no pārspīlētas reklāmas valodas
 - ▶ Vajadzētu izmantot vienkāršu valodu bez žargona, ko ikviens var saprast
 - ▶ Atklāt savu pieredzi par konkrēto tēmu
 - ▶ Piedāvāt atbildes uz jautājumiem
 - ▶ Jābūt īsam un kodolīgam
 - ▶ Pievienojiet saites uz jūsu mājas lapu, produktu lapu, vai citu resursu, kas papildinātu jūsu vēstules saturu.



Labā vēstules dizainā ir:

- ▶ Daudz brīvas vietas
- ▶ Skaidri saprotams vēstules izkārtojums
- ▶ Īsas rindkopas
- ▶ Tikai daži attēli
- ▶ Vēstulei ir jāizskatās labi populārākajos e-pastu pārlūkos vai programmās
- ▶ Skaidri jābūt norādītām atrakstīšanās saitēm

Neveidojiet jūsu vēstules dizainu tādu pašu, kāds ir jūsu mājaslapai. Daudzi patiešām veido šādus jaunumu vēstules dizainus. Tomēr atcerieties, ka e-pasta vēstule joprojām ir personīga uzruna, kas paredzēta komunikācijai.



Tiešsaistes rīki- instrumenti (platformas)

- ▶ Mailigen
- ▶ Engaga
- ▶ Mailchimp



Norādiet savu adresi, lai izveidotu kontu

Fiziskā adrese tiks pievienota e-pastiem. Šī informācija ir prasība no pret-spama noteikumiem un nodrošina labus rezultātus.



Uzņēmums ⓘ

Pilsēta

Pasta indekss

Adrese ⓘ

Štats/Novads/Reģions

nav obligāts

Valsts

 x ▾

Turpināt

Norādiet savu adresi, lai izveidotu kontu

Fiziskā adrese tiks pievienota e-pastiem. Šī informācija ir prasība no pret-spama noteikumiem un nodrošina labus rezultātus.



Uzņēmums ⓘ

Pilsēta

Pasta indekss

Adrese ⓘ

Štats/Novads/Reģions

nav obligāts

Valsts

 x ▾

Turpināt

e-pasta kampaņu

veidojiet un nosūtiet savu pirmo izmēģinājuma kampaņu

Nosūtiet sev pirmo e-pasta kampaņu izmantojot mūsu Drag and Drop e-pasta šablonu redaktoru. Jauns saraksts nav obligāts.

[Nosūtīt kampaņu](#)

sarakstu

veidojiet jaunu kontaktu sarakstu

veidojiet sarakstu, kurā Jūs augšupielādēsiet savus e-pasta kontaktus.



t kontaktus

augšupielādējiet savu pirmo kontaktu sarakstu

Konta stāvoklis

Konta tips

Aktīvs līdz

SMS depozīts

Bilžu galerija

0.3 MB izmantots

[Papildināt kontu](#)

Uzdevums

- ▶ Izveidot e –pasta marketinga kampaņu.

