

Mire jó az e-mail marketing?

Nézzük csak, miért is érdemes e-mail marketinget alkalmaznunk. Ha azt nézzük, hogy naponta több mint 140 millió vállalkozás küld ki 3 milliárd e-mailt, akkor messze ez a leggyorsabb módja annak, hogy új vásárlókat szerezzünk.

Gondoljunk csak bele, hány ember érhető el másodpercek alatt, egy billentyű megnyomásával. Persze nem tagadhatjuk el azt sem, hogy nehéz a sok-sok elektronikus olvasó idejét és figyelmét elnyerni. Ez a nehézség sem nehézség azonban akkor, ha már egyszer feliratkoztak e-mail-szolgáltatásunkra. Tehát az a siker kulcsa, hogy megtanuljuk, hogyan írjunk olyan e-mailt, amely megragadja, majd meg is tartja a fogyasztók figyelmét. Tehát lényegi, hogy e-mail üzenetünk mindig kellően kreatív legyen, és olyasmit ajánljon, amit az olvasók akarnak.

Íme néhány érv amellest, hogy miért is érdemes e-mail marketinget alkalmaznunk:

- Igen magas a megtérülés (ROI)
- Segíti fogyasztóink azonosítását és megtartását
- Növeli a vásárlói lojalitást
- Minden egyes fogyasztó egyedi igényeit célozza meg
- Növeli a fogyasztói adatbázisunkat (tagok, előfizetők, stb.)
- Növeli az értékesítést, miközben csökkennek a költségek
- Szorosabbá teszi kapcsolatunkat a vevőinkkel
- Az e-mail marketing nem drága (költségei körülbelül az 1/10-ét teszik ki a hagyományos levelezésnek)
- Vírus marketing (hozzájárul a márkaépítéshez, és új fogyasztókat nyer számunkra)
- Az e-mailnek 10-szer jobb a válaszadási aránya, mint a hagyományos direkt mailnek

Persze önmagában az e-mail marketing nem promotálja kellő mértékben weboldalunkat, s mint minden más esetben, itt is elengedhetetlen egy diverzifikált marketingterv kialakítása, amely az üzlet növekedéséhez vezető minden lehetséges utat lefed. Hogy még egy érvet mondjunk, miért érdemes a fogyasztóknak e-mailt küldeni, foglalkozzunk a vásárlók megtartásának kérdéskörével, amely minden vállalkozás számára elsődleges feladat kell, hogy legyen. Problémát jelenthet, ha nincsen megfelelő induló fogyasztóbázisunk. Ismert tény, hogy a legtöbb cég a bevételei 80%-át a vevők 20%-ától nyeri. Ily módon a fogyasztói bázis akár kismértékű kiszélesítése is jelentős bevétel-növekedéshez és nagyobb fogyasztói elégedettséghez vezethet. Ehhez pedig jó út az e-mail marketing alkalmazása. Az e-mail marketing egyszerű. Az e-mail pedig gyors és olcsó. Érdemes tehát megfontolni használatát.

Forrás: marketinginfo