

Így generálj komoly érdeklődőket

hírlevél

feliratkozók



MiniCRM



A világon
3,9 milliárd
ember
használja napi szinten
az e-mail fiókját.

Azaz a világ népességének **fele**
naponta legalább egyszer
ellenőrzi a leveleit.



Ezért nem meglepő, hogy

a KKV-k 81%-a

használja ügyfélszerzésre az e-mail marketinget.

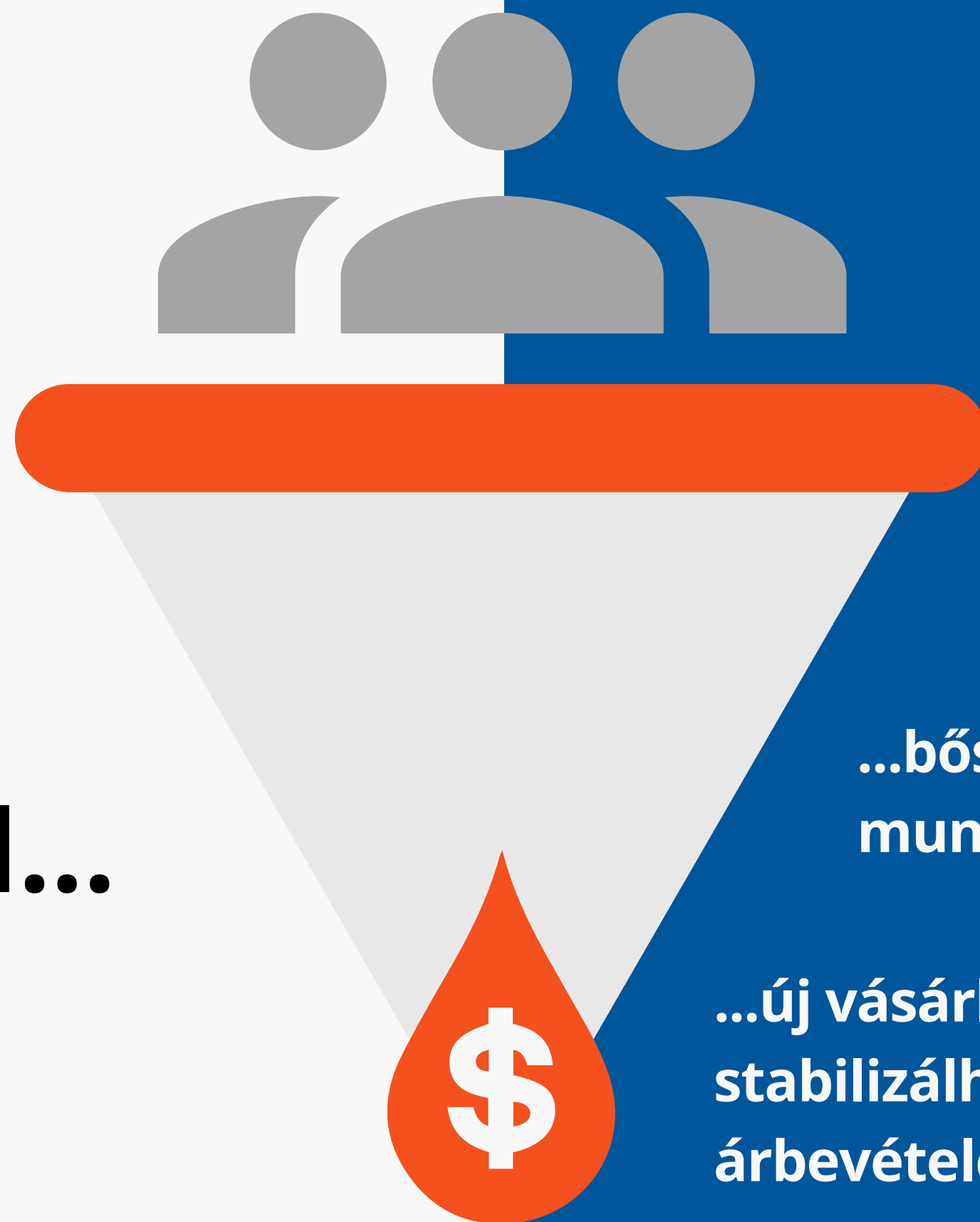


Ráadásul egy kutatás szerint
minden,
e-mail marketingre
költött forint

42x-esen
térül meg.



Ezzel a
12 lépésből
álló
útmutatóval...



...a feliartkozóidból
érdeklődőket
generálhatsz.

...bőségesen elláthatod
munkával az értékesítőket.

...új vásárlókkal
stabilizálhatod a céged
árbevételeit.

1 Határozd meg a hírlevél célját!

Mit szeretnél elérni a levéllel? Ez a cél jó esetben a **vásárlási folyamat egy állomására** juttatja el az olvasót.

Pl.:

- Regisztrált résztvevők gyűjtése a rendezvényedre
- Az új terméked népszerűsítése, elővásárlások gyűjtése
- Érdeklődők gyűjtése termékbemutatóra
- Bétatesztelők szerzése a szoftveredhez



2 Határozd meg a célcsoportot!

- Tudd, hogy a feliratkozóid **mely szegmensének** szánod a levelet!
- Kosárelhagyók? Törzsvásárlók? A csalianyagodat letöltők? Azok, akik korábban vásároltak már egy bizonyos termékedből?

Ne feledd!
Szegmentált kampányokkal

7,6x

több bevételt
hozhatnak a hírleveleid.

3 Határozd meg, hogy miről fog szólni a levél!

- Milyen tartalommal tudod megszólítani a választott célcsoportot?
- Milyen releváns **szolgáltatást, akciót** vagy **kiegészítő terméket** kínálhatsz számukra, amivel elérheti a leveled a kitűzött célt?



4

Gyűjtsd össze a választott témával kapcsolatos anyagaidat!

- Vásárlói vélemények
- Gyakori kérdések
- Jellemző kifogások (és válaszok!)
- Az ajánlat (rejtett) előnyei

Mennyi garancia van rá?

Imádom, hogy cserélhető az alkatrész!

Én ezt drágának tartom!

5 Készítsd el a leveled első vázlatát!

- Ügyelj az ideális megszólításra, a feladóra, az aláírásra, a CTA-ra, és a levél hosszára.
- Az eddigi statisztikáid – ha vannak – nagy segítségére lesznek ebben. (Ha nincsenek, járj utána az iparági statisztikáknak!)



6 Írd meg a tárgymezőt!

- A jó tárgymező gondoskodik róla, hogy egyáltalán **megnyissák a leveled**. Ha ebbe nem fektetsz elég energiát, feleslegesen dolgozol a többivel.
- Legalább **5-10 verziót írsz**, és abból válaszd ki a legjobbat!

Ne feledd!

Egy személyre szabott tárgymező

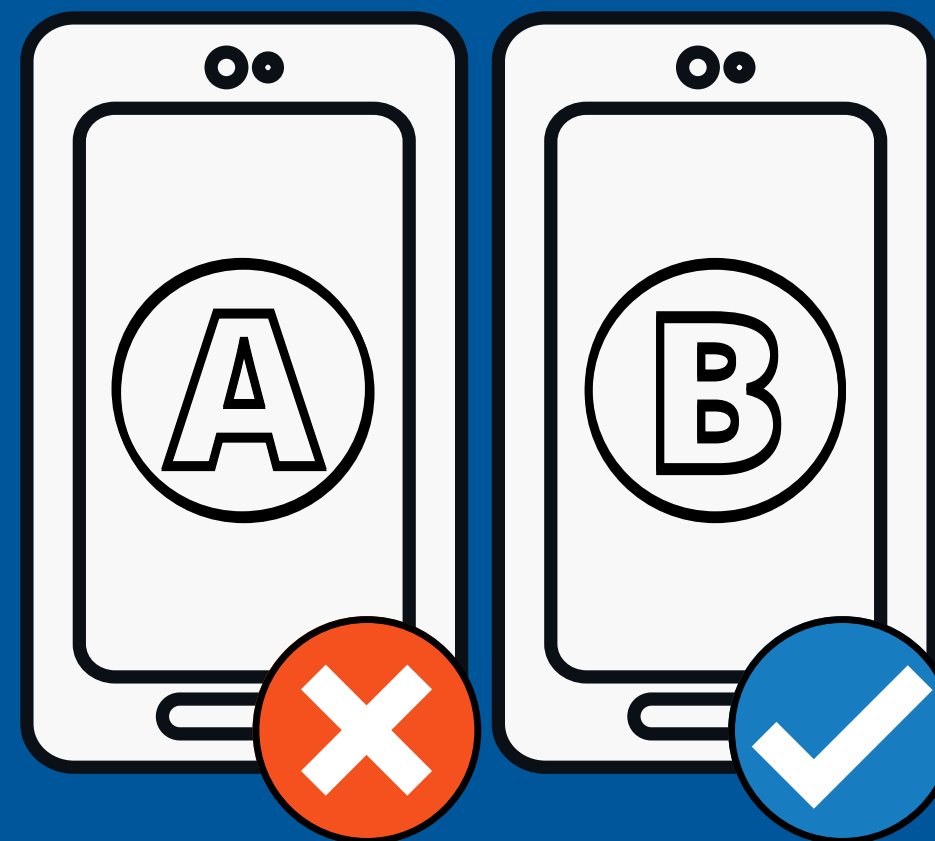
50%-kal

növeli

a megnyitás esélyét.

7 Döntsd el, hogy mit fogsz A/B tesztelni!

- Minden levelet A/B tesztelj! Nem tudhatod a piacodnál jobban, hogy mi kelti fel a figyelmüket.
- Néhány példa, amit tesztelhetsz: **tárgymező, szöveg hossza, megszólítás, CTA...**



8 Ellenőrizd az elkészült hírlevel(ek)et!

- Egyértelműen kiderül az olvasó számára, hogy mi a teendő a levél elolvasása után?
 - Valódi értéket kínál számára? Megvan az ok, ami miatt megéri a címzetteknek elolvasni a levelet?
 - Az olvasóról szól a levél?
- Ha bármelyikre is “nem” a válaszod: **vissza az elejére!**



9 Teszteld az elkészült levelet!

- Küldd ki a saját e-mail címedre a levelet (az A és a B verziót is)!
- Ellenőrizd a **tárgymezőt**, a **feladót**, a **helyesírást**, és hogy működik-e a minden **link**. Ha hibát találsz, javítsd, majd küldd ki újra magadnak.

Teszteld a mobilodról is!
Az e-mail megnyitások 46%-a telefonról történik.

10 Küldd ki a hírlevelet a célcsoportnak!

- Küldd ki a levelet a listád azon szegmensének, aki az adott leveled célcsoportja!
- Ha elég **nagy a listád**, akkor először végezd el az A/B tesztet a szegmens egy kisebb részén, majd a jobban teljesítő levelet küldd ki a többinek.
- Ha **kicsi a listád**, a teljes szegmensen végezd az A/B tesztet a listád fele kapja az A, és a másik fele a B verziót.



11

Add át a hírlevélből érkezett érdeklődéseket az értékesítőknek!

- A legjobb, ha ez **automatizáltan** történik, és minden beérkező érdeklődés / vásárlás / jelentkezés egyenesen az értékesítőknél landol.

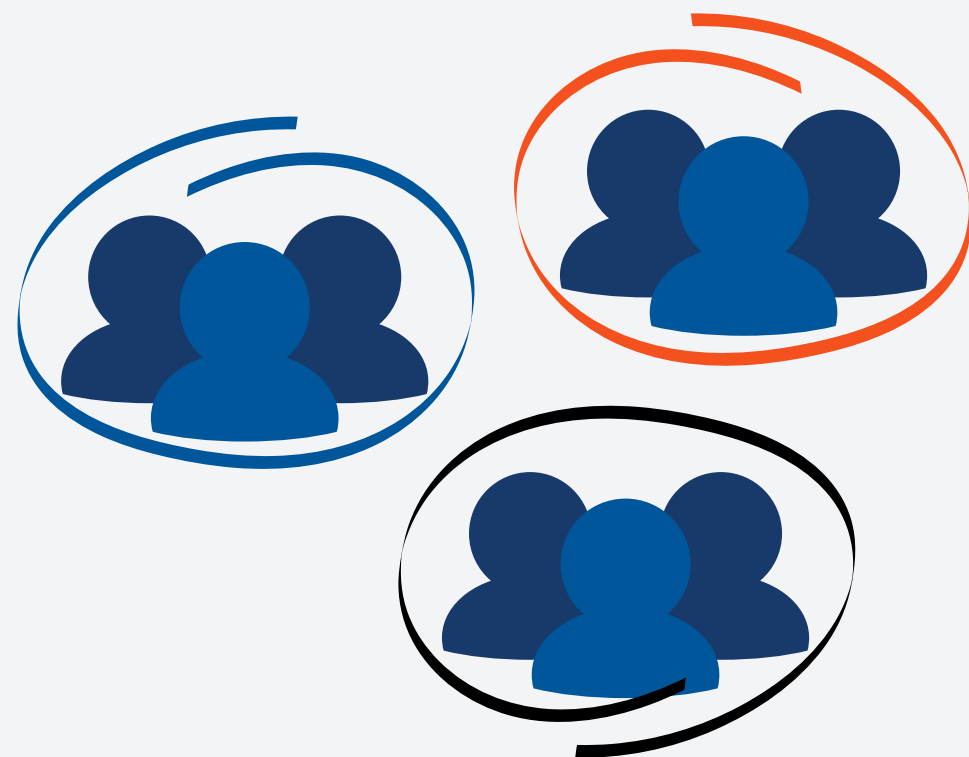


12 Ellenőrizd az eredményeket!

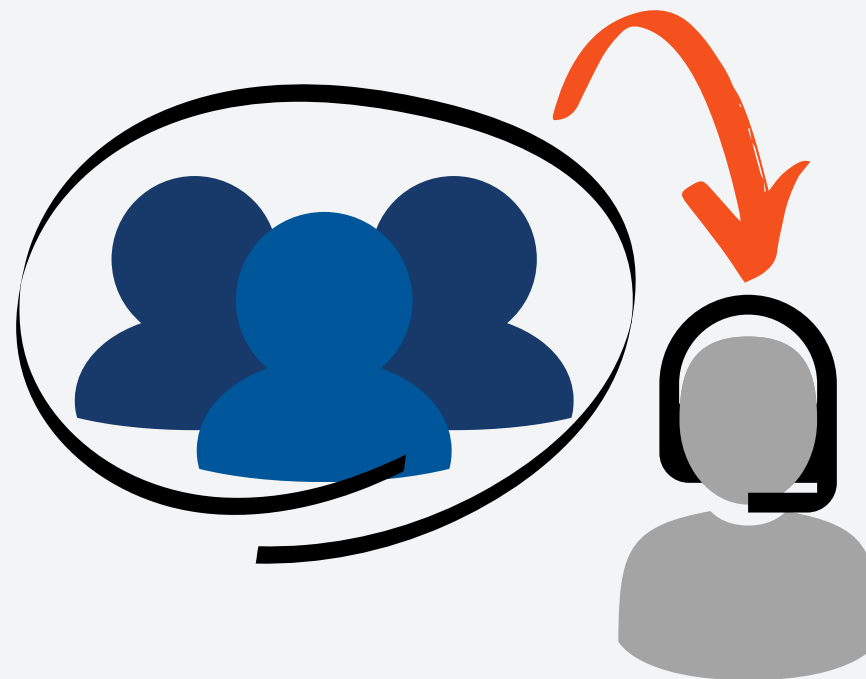
A kiküldés után néhány nappal ellenőrizd, hogy mennyi **megnyitást**, **átkattintást** és komoly **érdeklődést** eredményezett a kiküldött levél.

Ha teljes listán A/B teszteltél, vizsgáld meg, hogy melyik verzió teljesített jobban (a levont tanulságokat pedig a későbbi hírlevelekben tudod alkalmazni).

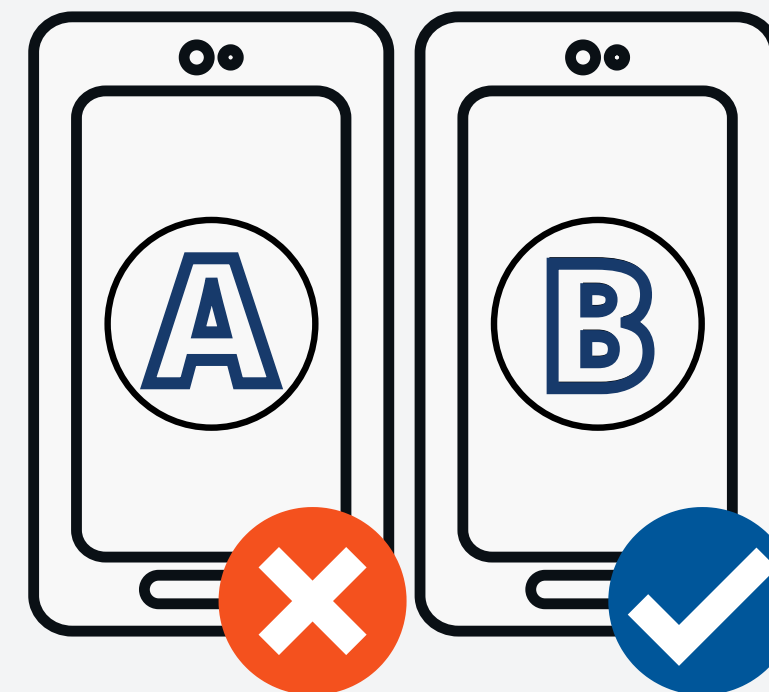




**Szegmentált
hírlevél küldés?**



**Érdeklődők
automatikus
átadása sales-re?**



**A/B tesztelt
hírlevelek?**

**"Ez biztosan rengeteg
plusz munka!"**

MiniCRM-ben a cége

egy helyen kezelheti

- az érdeklődők **adatait,**
- a hozzájuk köthető **teendőket**
- és a velük való **kommunikációt...**

...így a profi e-mail marketinget is.





Szegmentált hírlevél küldés

Az értékesítő kollégáid folyamatosan töltik fel a MiniCRM-et információkkal a feliratkozókról, érdeklődőkről és ügyfelekről.

Hozz létre számukra testreszabott hírlevelet, és küldd ki **az adatbázis bármely részére** a dinamikusan alakítható szűrők segítségével!

Kosárelhagyók

Új feltétel ▾

X

Rögzítés dátuma (Adatlap): nagyobb vagy egyenlő 2020. január 20. hétfő ▾

Megszakadt vásárlás (Adatlap): bepipálva Kosárelhagyás ▾

☰

📊

22 találat

Üzenetküldés ▾

▾

▾

ADATLAPOK TEENDŐ NÉLKÜL

STÁTUSZ

Tömeges email

Tömeges SMS

SE

ESEDÉKESSÉG

●

▬

▬

▬

●

▬

▬

▬

Érdeklődők automatikus átadása az értékesítőnek

Közvetlenül a **hírlevélből** vagy a **weboldalról** érkező érdeklődők automatikusan bekerülnek a rendszerbe, ahol az értékesítő kollégák azonnal **automatikus emlékeztetőt** kapnak a velük kapcsolatos teendőkről.

Regisztráljon az alábbi mezők kitöltésével

Az Ön neve

Cégnév

Email

Telefonszám

			
	Amigo Cafe és Pizzéria Kft. Új regisztráció, hívd fel az érdeklődőt és kvalifikáld. Mire ke...		László
			

A/B tesztelt hírlevelek

Válaszd ki az e-mail sablonokat!

Döntsd el, hogy a listád mekkora
részén végeznéd el a tesztet!

Add meg, hogy a teszt után
mennyi idővel küldje ki a
rendszer a jobban teljesítő levelet
a lista fennmaradó részének.

Tömeges email küldés

ALAP BEÁLLÍTÁSOKA/B TESZT

(A) Email sablon *

20% kedvezmény törzsvásárlóknak (A) - tegező ✖

(B) Email sablon

Sablon Választás

Minta mérete

10%

A teljes szűrő hány százaléka kapja meg az A és B sablont, fele - fele arányban, tesztelés céljából. A szűrő fennmaradó részének a jobb átkattintási arányt kapott sablon lesz küldve.

Késleltetés

2 nap ▾08:00 után ▾

Az első kiküldés után a beállított ideig gyűjti a rendszer az átkattintási információkat, hogy eldöntse melyik a jobb email. A megadott időpontban kerül kiküldésre a nyertes email.

Küldés

Mégse

Tudtad?

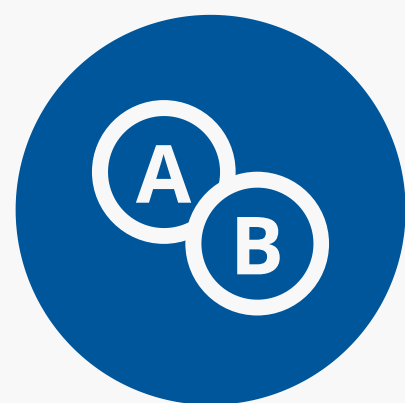
A MiniCRM már
1680 KKV
e-mail marketingjét
tette eredményesebbé.

Mit kell tehát tenned ahhoz, hogy a hírlevél feliratkozóidból komoly érdeklődőket generálj?



1.

Válassz
célcsoportot
és témát!



2.

Készíts
2 verziót
az e-mailből!



3.

Kiküldés
előtt
teszteld!



4.

Küldd ki
mindkét
verziót!



5.

Vizsgáld
meg az
eredményeket!

Generálj komoly érdeklődőket a feliratkozóidból eredményes e-mail marketinggel a MiniCRM segítségével!

1. Indíts egy **ingyenes tesztrendszer**!
2. Vedd igénybe tanácsadónk segítségét a lehetőségek megismerésében!
3. Indulj el akár egy nap alatt a megújult e-mail marketingeddel!!

Tesztrendszer indítok