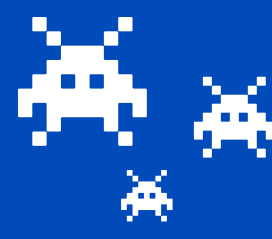


13 KROKOV

K ÚSPEŠNÉMU NEWSLETTERU

dotcom
marketing meets technology



Krok 01.

Preskočte zbytočný úvod

Prejdite rovno k veci. Pravidlo stručných textov pre weby platí pre newslettere dvojnásobne. Pre názornosť si otvorte e-mailovú schránku a povedzte si, koľko z doručených newsletterov ste čítali odslova doslova.



11 sekúnd

Strávi priemerne používateľ čítaním newsletteru

3 sekundy

Sú priemerný čas na získanie jeho pozornosti

Krok 03.

1 newsletter = 1 správa

Nerobíte predsa online noviny. Jeden newsletter by mal obsahovať jednu podstatnú informáciu, na ktorej je jeho poslanstvo postavené. Neodbočujte od hlavnej myšlienky, ktorú chcete svojim adresátom povedať.



Krok 05.

Buďte zrozumiteľní!

Nenechajte čitateľa dlho hľadať pointu vašej správy, pretože ju hľadať odmietne. Kvalitný obsah, ktorý svojim odberateľom ponúknete, sa zaobíde bez skrytých významov, ktoré by pochopil len ich tvorca.



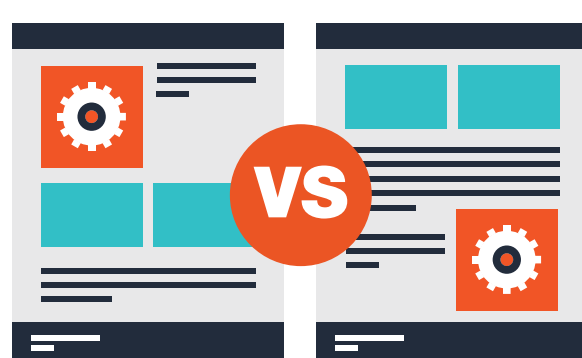
50 %

E-mailov je nepochopených

Krok 07.

Robte A/B testing

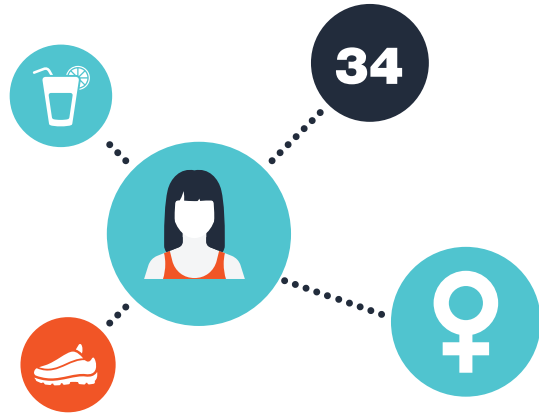
Držte sa toho, čo funguje a sledujte pravidelne svoje analytiky. Viac než užitočné je vykonávať často A/B testovanie, ktoré ukáže, ktorá alternatíva funguje lepšie. Testovať môžete obrázky, headliney a iné texty či náčrty - prakticky čokoľvek, čo potrebujete.



Krok 09.

Pracujte s databázou

Špecializujete sa na potraviny pre ľudí s rôznymi diétami? Tipnite si, po koľkých receptoch na barbecue sa váš zákazník - vegetarián odhlási z odberania newslettera? Pracujte so svojou databázou kontaktov a snažte sa o čo najužšie ciele obsahovo relevantného pre jednotlivé skupiny adresátov.



Krok 11.

Zvážte, kam chcete človeka z newslettera dostať

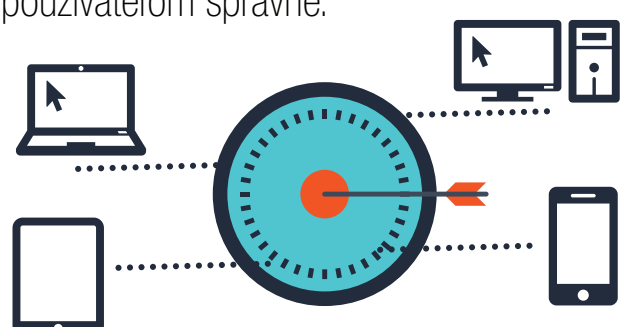
Odosielaním newslettera sledujete určité ciele. Máte kvalitný obsah, správne zacielenie, call to action. Už vám chýba len miesto, kam chcete čitateľa nasmerovať. Nemusíte sa obmedzovať len na svoj web. Možností máte mnoho: Facebook, microsite, e-shop, YouTube, blog, ...



Krok 13.

Optimalizujte newsletter pre mobilné zariadenia

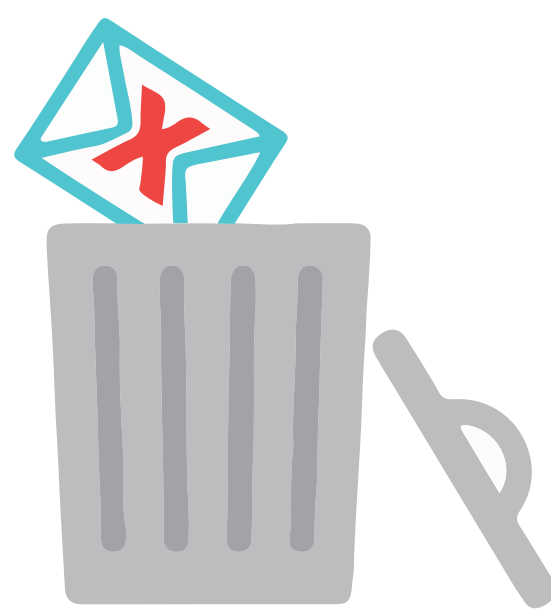
Pokroky doby spôsobili aj to, že väčšina používateľov už číta e-maily z mobilu. Dbajte preto na to, aby bol váš newsletter responzívny pre mobilné zariadenia a zobrazoval sa používateľom správne.



Krok 02.

Prineste užitočnú informáciu

Buďte nápomocní. Ponúknite riešenie. Žijeme v dobe, kedy chce byť každý ten najšikovnejší či najmúdrejší. Dajte svojim čitateľom návod, ako to dosiahnuť.



49 %

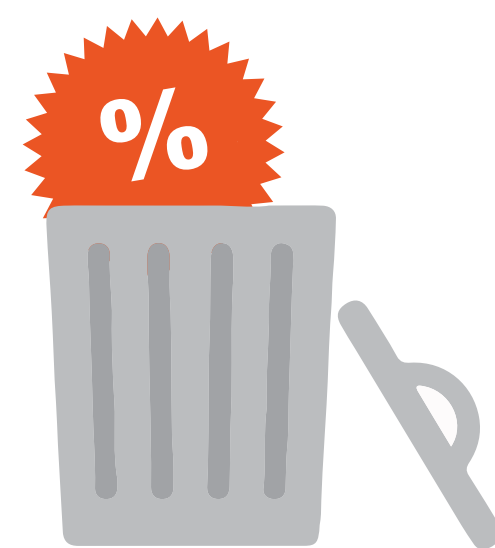
Používateľov, ktorí sa z newsletteru odhlásia, uvádzajú ako dôvod nudný a opakujúci sa obsah

Krok 04.

Tell! Don't sell!

Informujte - nepredávajte!

Okaté informácie o špeciálnej akcii, výpredaji a iných "oplatí sa" rozhodne nepatria priamo do newslettera a často putujú do spamu. Na toto slúžia špecifické promo e-maily, nie newsletter. Informujte adresáta zaujímavým spôsobom, ktorý ho bude baviť!



Krok 06.

Čím kratší predmet, tým lepšie.

Je to práve predmet, ktorý rozhodne, či si adresát newsletter otvorí. Vyvarujte sa písaniu dlhých viet. Max. 5 až 7 slov! Viac ich predmet newsletteru len ťažko znesie. Musí byť zrozumiteľný, stručný a výstižný.



4-15 znakov

Optimálna dĺžka predmetu

Krok 08.

Merajte, vyhodnocujte!

Všetko niečo stojí. Sledujte preto, či to, čo robíte, robíte aj efektívne. Zistujte, koľko zákazníkov si správu otvorí, počty preklikov, nových i stratených odberateľov či aké informácie ich zaujímajú. Môžete sledovať rôzne dáta, ktoré vám o vašich adresátoch prezradia veľa.



Krok 10.

Dajte newsletteru call to action - jeden a výrazný

Udržujte čistotu a prehľadnosť vášho newslettera. Nezatažujte čitateľov množstvom prelinkovaní. Zvoľte namiesto toho jedno výrazné call to action, ktoré ich spoľahlivo dopraví na stránku, kam ich skutočne chcete nasmerovať.



Krok 12.

Jednotná forma oslovenia v celom texte

Dávajte si pozor na používanie rovnakého čísla osôb v texte. Treba si ujasniť, či chcete adresátom tykať alebo vykať, resp. v žiadnom prípade nekombinovať spolu tykanie a vyknanie, čo môže adresátov pri čítaní rušiť a miašť.



Ak by ste chceli vedieť viac, kontaktujte nás na www.dotcom.sk