GetResponse

Jak powiększyć bazę email marketingową?

Wstęp

Email marketing potrafi przynosić korzyści każdej branży, niezależnie od tego jakie produkty czy usługi oferuje. Należy jednak mieć na uwadze, że u podstaw sukcesu leży lista subskrybentów, czyli osób, które dobrowolnie wyraziły zgodę na otrzymywanie od Ciebie wiadomości. Im bardziej owi respondenci znają Twoją markę i jej ufają, tym większe szanse, że wskaźniki interakcji będą szybować w górę.

Rozwijanie i utrzymywanie przemyślanej, oficjalnie zdobywanej listy subskrybentów to nie lada wyzwanie nawet dla najlepszych marketerów. Niezależnie od tego, czy Twoja lista dopiero zaczyna się tworzyć, czy liczy już sobie pokaźną ilość subskrybentów, jej utrzymanie będzie wymagającym zadaniem. Zmieniają się adresy emailowe, subskrybenci stają się nieaktywni, niektórzy się wypisują, wszystko to uszczupla Twoją listę o około 20-30% rocznie!

Masz do wyboru albo poszerzanie listy o przypadkowe kontakty i pozostawienie jej samej sobie, co skończy się zmarnowaniem pokaźnej sumy pieniędzy (bo czyż jest sens płacić za wiadomości wysłane do, jak się potem okaże, już nieaktualnych klientów?) albo świadome gromadzenie kontaktów i systematyczne monitorowanie swojej listy – w tym przypadku poświęcisz na to co nieco czasu, ale wiadomości będą docierać tam gdzie powinny oraz generować dla Ciebie zyski. Nadal uważasz, że szkoda na to czasu?

Poniższa lista zawiera przykładowe, skrótowe wskazówki dotyczące powiększania listy odbiorców:

- Poszerz swoje aktywności związane z pozyskiwaniem subskrybentów
- Znajdź nowe miejsca, w których możesz ulokować swój formularz zapisu
- Zwiększ ilość kanałów dystrybucji, za pomocą których docierasz do potencjalnych subskrybentów
- Nawiąż relacje z innymi internetowymi wydawcami
- Poszerz swoje działania o portale społecznościowe i blogi

Pomocne wskazówki na powiększanie swojej listy

1. Umieść swój formularz zapisu w możliwie wielu dostępnych miejscach

Możliwość zapisu powinna być łatwo dostępna na każdej stronie i podstronie Twojej strony internetowej. Zwróć uwagę, by formularze wizualnie rzucały się w oczy oraz jasno określały w jakim celu użytkownicy się zapisują.

Także blogi, którymi administrujesz, są doskonałym miejscem do umieszczania w nich formularzu zapisu. Blogowanie stało się świetnym sposobem na komunikowanie się z potencjalnymi klientami Jeżeli nawiążesz ciekawą merytorycznie dyskusję z blogerem, możesz się posłużyć swoim formularzem zapisu jako zachętą do kontynuowania dialogu.

Rewelacyjnym miejscem do pozyskiwania nowych odbiorców jest również Facebook Fan Page, umieść na nim swój formularz i obserwuj jak lista się powieksza.

2. Poszerz swoje aktywności związane z pozyskiwaniem subskrybentów

- Formularz powinien być krótki, zwięzły i łatwy do wypełnienia.
- Szczerze i otwarcie powiedz czego potencjalni subskrybenci mogą oczekiwać po Twoich wiadomościach i jakie korzyści odniosą. Warto przytoczyć 2-3 komentarze obecnych subskrybentów.
- Poinformuj nowych subskrybentów jak często mogą się spodziewać wiadomości od Ciebie
- Podlinkuj do formularza zapisów przykładowy newsletter, żeby potencjalni subskrybenci mogli się przekonać co będą otrzymywać

3. Uszanuj prywatność użytkowników

Jednym z głównych powodów, dla których ludzie niechętnie udostępniają swoje adresy email, to obawa przed przysłowiową lawiną spamu. Uprzedź ich zatem i rozwiej obawy publikując w Polityce Prywatności, że szanujesz ich prywatność i informacje, których Ci udzielają.

4. Użyj zachęty

Jeżeli raz zdecydujesz się używać zachęty, bądź konsekwentny. Najpopularniejszymi zachętami są darmowe artykuły czy raporty, a także specjalne oferty promocyjne i zniżki. Darmowe ebooki czy publikacje są o tyle dobrym pomysłem, że przyczyniają się do budowania Twojego wizerunku jako eksperta, który chętnie dzieli się swoją wiedzą.

5. Stwórz atrakcyjną stronę promocyjną

Stwórz możliwie najatrakcyjniejszą stronę promocyjną, gdyż w dużej mierze od tego, jakie odczucia wzbudzi ona w Twoim potencjalnym subskrybencie zależy to, czy zdecyduje się on zapisać. Umieść chwytliwy nagłówek, kilka najlepszych zalet czy wiadomość w formacie audio lub video zachęcającą do zapisów.

6. Wykorzystaj referencje dane przez użytkowników

Referencje to najpotężniejsza zachęta jaką możesz użyć, dodatkowo generująca wysoki wskaźnik konwersji. Wybierz 2-3 najsilniejsze referencje i umieść je na swojej stronie promocyjnej, jeszcze lepiej gdy będą w atrakcyjnej wizualnie formie, np. video. Opinie innych użytkowników są bardziej wiarygodne niż najlepsza reklama.

7. Umożliw zapisy przez swój newsletter

Może to być zarówno za pośrednictwem przycisku "Zapisz się", jak i podlinkowanego tekstu odsyłającego do strony promocyjnej. Umożliwi to dzielenie się wiadomością ze znajomymi czy opublikowanie go na portalach społecznościowych.

8. Archiwizuj newslettery

Publikując archiwum czy też galerię swoich dotychczasowych newsletterów, dajesz swoim potencjalnym subskrybentom wspaniałą okazję do zapoznania się z Twoimi wcześniejszymi publikacjami. Ułatwi im to podjęcie decyzji co do subskrypcji. Prosta zasada, im więcej wiedzą, tym większa szansa, że świadomie podejmą decyzję i będą oczekiwać Twoich wiadomości. Ponadto archiwum jest doskonałym sposobem na wygenerowanie dodatkowego ruchu w wyszukiwarkach.

9. Załącz przyciski "Prześlij dalej" i "Podziel się" w swoich newsletterach

Użytkownicy uwielbiają dzielić się dobrą treścią ze swoimi znajomymi, a takie przyciski im to umożliwią. To najlepsza możliwość, by dobra opinia o Twoim produkcie czy usłudze rozeszła się drogą pantoflową i poszerzyła krąg subskrybentów. A o to przecież w tym wszystkim chodzi!

10. Dodaj formularz zapisu do swojego uaktualnienia o nowych publikacjach na blogu

Jeżeli wysyłasz uaktualnienia o nowych publikacjach na swoim blog umieść w nich formularz zapisu. Masz szansę zachęcić tym czytelników swojego bloga do wstąpienia w szeregi Twoich subskrybentów.

11. Dodaj formularz zapisu także do innych form korespondencyjnych

Można długo wymieniać w jakich jeszcze miejscach można umieścić formularz zapisu, by zdobyć możliwie dużo nowych subskrybentów. To mogą być np. formularz rejestracji na event czy formularz kontaktowy, możesz umieścić takowy formularz w miejscu, w którym oferujesz do ściągnięcia wersje demo czy oprogramowanie, itd. Ponadto maile potwierdzające i transakcyjne mogą się świetnie sprawdzić w tym temacie. Im więcej takich miejsc znajdziesz, tym większą szansę będą mieli potencjalni subskrybenci na dotarcie do Twojego formularza.

12. Pozwól innym rozpowszechniać Twoje wiadomości

Tak długo jak wartość merytoryczna Twojego newslettera nie jest negatywnie modyfikowana ani używana niezgodnie z przeznaczeniem, możesz śmiało zachęcać do dalszej jej dystrybucji. Wielu internetowych wydawców aktywnie poszukuje dobrej jakości mailingu a umożliwiając im dalsze rozpowszechnianie Twoich wiadomości robisz krok na przód w celu zdobycia kolejnych subskrybentów dla siebie oraz wygenerowania ruchu w wyszukiwarkach.

13. Zamieść formularz zapisu na zaprzyjaźnionych stronach

Umieść reklamę albo link do skrótowej wersji swojego newslettera na zaprzyjaźnionych stronach, najlepiej jeżeli będą tematycznie związane z Twoimi produktami czy usługami, co zagwarantuje ci, że zauważą go osoby potencjalnie zainteresowane. Jeśli dodatkowo zamieścisz tam od razu swój formularz zapisu, zwiększasz swoją szansę na nowych subskrybentów.

14. Skorzystaj z kampanii Google Adwords

Google Adwords jest stosunkowo opłacalnym typem kampanii internetowej, mogącym przynieść bardzo pozytywne efekty. Naprawdę nie ma znaczenia czy promujesz swój newsletter czy bestsellerowy produkt. Przekonaj się co tak przyciąga najlepszych! Dopilnuj tylko, by Twój formularz zapisu był koniecznie na stronie promocyjnej.

15. Skorzystaj z tradycyjnych adresów pocztowych

Jeżeli dysonujesz tylko zwykłymi pocztowymi adresami, to nadal nic straconego. Wyślij do wybranych osób np. pocztówkę lub ciekawie przygotowany folder oferujący specjalne zniżki dla osób, które subskrybują Twój newsletter.

16. Nawiąż kontakt z innymi wydawcami newsletterów

W sieci wspólnymi siłami można zdziałać więcej, zwłaszcza gdy ma się podobny temat zainteresowań. Nawiąż relację z podobnymi tobie wydawcami newsletterów i wspólnie prowadźcie działania reklamowe, wykorzystując do tego swoje strony internetowe. Tym samym wzajemnie będziecie sobie napędzać subskrybentów.

17. Reklamuj się e-magazynach

Wyszukaj w katalogu e-magazynów te, które wiążą się z Twoim produktem bądź usługą tematycznie i postaraj się nawiązać z nimi współpracę. Umieszczając w nich swoje reklamy, przykładowe newslettery bądź referencje od naszych subskrybentów zwiększamy szanse na ruch na naszej stronie promocyjnej, a tym samym na kolejnego czytelnika.

18. Promuj swój newsletter w katalogu artykułów

Wyszukaj w Internecie katalogi artykułów tematycznie związane z Twoimi i również promuj się w nich. To doskonała okazja na dotarcie do bardzo wyspecjalizowanej grupy odbiorców, a co za tym idzie, zainteresowanych Twoją tematyką. Nie zapomnij podać w swoich artykułach linku do swojej strony, przemycanie jej w treści wiadomości to za mało. To okazja na zaprezentowanie siebie w sieci jako eksperta w danej dziedzinie, nie zmarnuj więc takiej okazji.

19. Bądź aktywny na zbliżonych tematycznie stronach

Oprócz wydawania własnych newsletterów, udzielaj się także na stronach innych wydawców. Możesz je wyszukać za pomocą Google Blog Search lub Technorati. Komentuj treściwie i sensownie, a własne komentarze linkuj do swojej strony promocyjnej bądź od razu na Twojego bloga. Stań się rozpoznawalny, a nowi czytelnicy będą chętniej subskrybowali Twoje wiadomości.

20. Dodaj link do formularza zapisu do swojej stopki email

Link do formularza zapisu w stopce emaliowej? Czemu nie! Dodaj go nie tylko do swojej stopki, ale także do stopek swoich pracowników. Stonowana zachęta czy komentarz mocno przykuwający uwagę, wszystko zależy od Ciebie.

21. Promuj swój newsletter w każdym punkcie marketingowego styku

Rozdawaj papierowe formularze na eventach, które organizujesz; zainteresuj się obecnymi klientami, może oni także są zainteresowani Twoim newsletterem tylko potrzebują zachęty; promuj się z drukowanych katalogach i folderach; umieść link do newslettera w stopce swojej prezentacji slajdów… jest naprawdę wiele możliwości.

Konkluzje

Udostępniaj formularze zapisu w każdym możliwym punkcie styku z klientem, online czy offline. Jeśli odpowiednio do tego podejdziesz i zrobisz to z pomysłem, Twój mechanizm‟ zdobywania Subskrybentów będzie dla Ciebie pracował 24/7.