

Como fazer uma campanha de e-mail marketing eficaz

Você está pensando em fazer uma campanha de e-mail marketing para seus clientes? Então preste atenção nas 7 dicas abaixo:

1

Planeje sua campanha

Responda algumas perguntas: o que você deseja com sua campanha? Quer divulgar sua empresa? Aumentar suas vendas? Manter relacionamento com clientes? Quem é seu público?

As taxas médias de abertura de e-mails variam entre 10% e 20%.



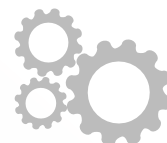
2

Prepare sua lista

Separe os nomes e os e-mails dos clientes que receberão o seu e-mail marketing.

Só envie para aqueles que autorizaram o recebimento de suas mensagens!

Você deverá também oferecer a possibilidade de remoção da sua lista.



Elabore sua mensagem

Faça um texto bem feito, objetivo e voltado para seu público. Procure chamar seu cliente pelo nome, no texto ou até mesmo no assunto do e-mail. E falando em assunto de e-mail, capriche na hora de escolher o seu!

Jamais esqueça o "call to action", a chamada final, convidando o cliente a realizar alguma ação, por exemplo: "Ligue já", "Clique aqui", "Compre agora".

3



4

Selecione as imagens

Utilize imagens profissionais, que ilustrem sua mensagem.

Valorize a marca da sua empresa e procure harmonizar no momento da escolha das cores. Torne o layout do seu e-mail agradável para os seus clientes!

Selecione apenas imagens de sua autoria ou autorizadas.

5

Monte seu e-mail marketing

Agora é a hora de montar o 'quebra-cabeça'. Isto é, no corpo de sua mensagem, unir todos os elementos: textos, imagens, links, e outros.

Se você não souber como fazer, procure um profissional especializado.



Faça o disparo

Tudo pronto para o lançamento! Faça o disparo do seu e-mail para os seus clientes.

Há muitas ferramentas de disparo de e-mails a custos acessíveis, que poderão facilitar em termos de tempo, organização e fornecimento de métricas.

6

Avalie o resultado

Você já disparou seu e-mail. Mas a campanha não acaba aqui.

O próximo passo é avaliar os resultados. Analise. Quantos clientes abriram sua mensagem? Quantos entraram em contato ou acessaram links? Quantas vendas foram feitas?

Verifique o que pode ser melhorado e aplique nas próximas vezes.

7

Conteúdo:

Adriana Schiavon consultora do SEBRAE/PR

