

Twórz ładne maile za pomocą narzędzi internetowych

W firmie produkcyjnej, która oferuje specjalistyczne usługi, ciężko korzystać z szablonowych rozwiązań w dziedzinie marketingu. Jednak jest coś, na co warto zwrócić uwagę – to e-mail marketing. Narzędzie, które pomoże ci poinformować klientów o nowych produktach, wydarzeniach czy promocjach. Ważne, by robić to z głową.



Mariusz Krysiak
redaktor naczelny
Polski Przemysł

W przedsiębiorstwach produkcyjnych z e-mail marketingu bardzo często korzysta się, nawet o tym nie wiedząc – choćby wysyłając kartkę z życzeniami na święta. Kolejnym, już bardziej świadomym, przykładem jest trafiające z komunikatem do obecnych klientów firmy.

„Informujemy ich przede wszystkim o nowościach w naszej ofercie. Na przykład o tym, że dzięki maszynie, którą kupiliśmy, zyskaliśmy nowe możliwości” – mówi Maciej Mazij z firmy Pacon, która zajmuje się produkcją opakowań kartonowych.

Przy tworzeniu mailingu trzeba pamiętać, że liczy się pierwsze wrażenie. Bardzo ważne elementy to przede wszystkim adres, nazwa nadawcy oraz temat wiadomości. To one budują pierwsze wrażenie i mogą przekonać odbiorcę do odczytania wiadomości. Wszystko, co dzieje się potem, ma wpływ na postrzeganie danej firmy i powoduje kształtowanie się oczekiwań. „Jeśli nie zrobisz dobrego wrażenia na początku, to twoja wiadomość, a wraz z nią szansa na pozyskanie klienta i sprzedaż przepadną. Nieudana próba przekonania odbiorcy do przeczytania wiadomości może mieć negatywny wpływ na kampanie realizowane w przyszłości” – mówi Katarzyna Kołodziejczyk, Management Board Assistant w firmie Grupa 365 NET.

NARZĘDZIA UŁATWIJĄCE PRACĘ

Justyna Szczęsna jest dyrektorem sprzedaży w firmie Animar, producenta elementów do konstrukcji mebli. Do tworzenia mailingów wykorzystuje narzędzia dostępne w oprogramowaniu do zarządzania relacjami z klientem – Zoho CRM.

„Mamy bazę klientów, którą zarządzamy dzięki Zoho CRM. Co jakiś czas w naszej ofercie pojawiają się nowe elementy w postaci ozdóbek czy podłokietników. Informujemy o tym klientów, pokazując im wizualizacje z możliwością zastosowania. Aby je zobaczyć, muszą kliknąć w mailu w odpowiednie miejsce. Dalej wszystko dzieje się już na naszej stronie



Popularne serwisy ułatwiające tworzenie kampanii e-mail marketingowych

- <http://freshmail.pl/>
- <http://www.getresponse.pl/>
- <http://sendigo.pl/>
- <http://sare.pl/>
- <http://www.salesmanago.pl/>
- <http://mailchimp.com/>

”

E-MAIL MARKETING TO POTĘŻNE NARZĘDZIE, KTÓRE WYMAGA SPOREJ WIEDZY, BY JE W PEŁNI WYKORZYSTAĆ

internetowej <animar.info.pl>. Maile tworzymy sami, korzystając z dostępnych w naszym oprogramowaniu szablonów” – tłumaczy dyrektorka Justyna Szczęsna.

Takie rozwiązanie kosztuje niewiele i w wypadku firmy takiej jak Animar sprawdza się idealnie. Oczywiście, oprócz wspomnianego Zoho CRM jest jeszcze szereg platform mailingowych, które ułatwiają tworzenie kampanii reklamowych czy komunikatów (patrz ramka). Dzięki nim możemy w prosty sposób tworzyć świetnie wyglądające maile z szablonów. Ale nie tylko.

WIEDZA KLUCZEM DO SUKCESU

Każdy ze wspomnianych serwisów zawiera poradniki, wskazówki i przykłady zastosowań e-mail marketingu. Od wspomnianego informowania klientów o nowościach, po bardziej wyrafinowane badania satysfakcji klientów za pomocą ankiet. Postanowiliśmy przytoczyć jeden przykład dotyczący znanej firmy Sage, zrealizowany dzięki narzędziom firmy SARE.

„Wraz z pojawieniem się nowej wersji oprogramowania – systemu Symfonia 2013 – firma Sage postanowiła przeprowadzić wśród pracowników i dystrybutorów konkurs wiedzy na temat nowego systemu. Pierwotnie firma chciała stworzyć prosty mechanizm konkursowy, oparty na ankiecie umieszczonej na stronie internetowej. Jednak po dokładnym zapoznaniu się z zasadami konkursu postanowiono wykorzystać SAREscript. Firma Sage zwróciła się do SARE z prośbą o pomoc w stworzeniu unikalnego mechanizmu dedykowanego dla tego konkursu.

Mechanizm konkursu pozornie był bardzo prosty. Uczestnikami byli pracownicy oraz partnerzy Sage. Przez dziesięć dni firma wysyłała po jednym pytaniu konkursowym. Pytania miały formę zamkniętą, a właściwą odpowiedź należało kliknąć w mailu z danym pytaniem. Każdy kolejny mail z pytaniem zawierał jednocześnie informację, czy uczestnik konkursu odpowiedział poprawnie na poprzednie pytanie. Aby uniknąć niechcianych „konsultacji”, wprowadzono dodatkowe utrudnienie: odpowiedzi na to samo pytanie wyświetlały się uczestnikom w różnej kolejności. Ponadto, oprócz udzielenia poprawnej odpowiedzi, liczył się czas, w którym odpowiedź została udzielona. Każde pytanie było ważne do końca dnia, w którym zostało wysłane” – czytamy na <SARE.pl>.

„SARE z entuzjazmem i zaangażowaniem udzielił nam wsparcia. Po raz pierwszy skorzystaliśmy z rozwiązania tak zaawansowanego, ale dzięki profesjonalnej współpracy z SARE nasz konkurs okazał się sukcesem” – chwalił Piotr Król, specjalista ds. komunikacji internetowej Sage.

E-mail marketing to potężne narzędzie, które wymaga sporej wiedzy, by je w pełni wykorzystać. Proste, niewymagające rozwiązania można tworzyć własnymi siłami za pomocą narzędzi dostępnych w Internecie. Do bardziej skomplikowanych działań warto już zatrudnić agencję specjalizującą się w e-mail marketingu lub poprosić o pomoc konsultantów, choćby tych widocznych w ramce. ■



Konferencja ELGOR
1-3 października 2014, Toruń

Konferencja Elgor - najważniejsze forum dyskusyjne fachowców i autoritetów branży górnictwa odkrywkowego i kruszyw w Polsce.

Tematyka:

- Układy napędowe przenośników taśmowych w górnictwie kruszyw (dobór mocy, regulacja prędkości, odzysk energii, diagnostyka taśmociągów – georadary)
- Sterowanie maszyn podstawowych górnictwa odkrywkowego w praktyce (algorytmy regulacji napędów, komunikacja, diagnostyka maszyn, modernizacja)
- Wybrane zagadnienia diagnostyki części mechanicznych i elektrycznych napędów (referencje rozwiązań diagnostyki, bezpieczeństwo maszyn)

Zapraszamy!

Więcej informacji:

www.konferencja-elgor.pl

Aleksandra Szafranec,

tel. +48 22 547 08 85

e-mail: aszafranec@communication.pl



www.konferencja-elgor.pl