

E-BOOK ZDARMA

E-mail marketing - ako začať

Ako sa spojiť s našim publikom, aby sme získali potenciálnych emailových zákazníkov a rozvíjali naše podnikanie.



Ak je reč o budovaní databázy záujemcov, väčšina ľudí sa zameriava na „návnadu“, t. j. bezplatný obsah na stiahnutie, výmenou za meno a e-mailovú adresu záujemcu.

Návnada je skutočne veľmi dôležitým nástrojom, pretože je to najlepší spôsob, ako budovať databázu záujemcov. Je to tiež skvelý nástroj na budovanie dôvery.

Prečo na tento obsah kladiem taký veľký dôraz? Tu je dôvod:

Tento bezplatný obsah zohráva veľmi dôležitú úlohu v raste tvojho podnikania, resp. v tom, aby prilákal ideálnych zákazníkov.

Úspešný e-mail marketing má jednu trvalú zložku:

poskytovateľa **E-MAIL MARKETINGU**, ktorý je nevyhnutným nástrojom pre úspešné budovanie e-mailových zoznamov.

Avšak výber správneho poskytovateľa služieb e-mailového marketingu, nie je taká jednoduchá úloha.

Existuje niekoľko softvérov v slovenčine a mnoho v angličtine, ale vôbec nie je ľahké zistiť, čo presne za svoje peniaze u daného poskytovateľa dostaneš, resp. ani to, aké funkcie budeš potrebovať v budúcnosti. Toto rozhodnutie môže mať dlhodobý vplyv na to, čo budeš môcť robiť s e-mailovou databázou a čo nie.

Neskôr môžeš samozrejme prejsť k inému poskytovateľovi e-mailového marketingu. Prechod k inému poskytovateľovi však nie je jednoduchý a bezrizikový proces. Preto sa oplatí vyhnúť sa tomu a vybrať si dlhodobého poskytovateľa vopred. Touto e-knihou ti chcem pomôcť pri rozhodovaní.

Čo je poskytovateľ služieb e-mailového marketingu?

Najprv si objasníme, čo je to poskytovateľ služieb e-mailového marketingu, resp., ako sa tiež nazýva e-mailová marketingová platforma.

Poskytovateľ služieb e-mailového marketingu alebo platformy je softvér, ktorý uchováva tvoju databázu záujemcov a ktorý zabezpečuje potrebné nástroje, zdroje a funkcie pre tvoje e-mail marketingové aktivity.

Táto služba sa používa na vytváranie, ukladanie a správu e-mailov a pomocou nej môžeme posilať cielené marketingové e-maily našim odberateľom.

To všetko robíme v súlade s nariadeniami GDPR a zákona o ochrane osobných údajov.

Prečo je výber poskytovateľa služieb e-mailového marketingu také dôležité rozhodnutie?

S našou komunitou a zákazníkmi môžeme budovať silnejší vzťah prostredníctvom viacerých kanálov, vrátane nespočetného množstva platforiem sociálnych médií.

Napriek tomu, najcennejším zdrojom pre mnohých online podnikateľov, je ich e-mailová databáza. V mnohých ohľadoch je účinnosť e-mailovej databázy rádovo pred ostatnými kanálmi (napr. dosah, miera konverzie).

Okrem svojej účinnosti je to aj nástroj, ktorý sa dá veľmi dobre automatizovať.

Pozrime sa, ako zvyčajne vyzerá jednoduchý automatizovaný proces pri registrácii za bezplatný obsah:

- 1.krok: Umiestni svoj registračný formulár alebo vstupnú stránku na svoju webstránku alebo na platformy sociálnych médií a vyzývaj svoju ideálnu cieľovú skupinu, aby sa zaregistrovali.
- 2.krok: V jednoduchom formulári alebo na vstupnej stránke požiadaj od návštevníka iba meno a e-mailovú adresu. Čím menej vecí žiadaš pri registrácii, tým lepšie.
- 3.krok: Po zadaní mena a e-mailovej adresy sa z návštevníka stane odberateľ, jeho e-mailová adresa a meno budú pridané do e-mailovej databázy, ktorú uchováva tvoj poskytovateľ e-mail marketingovej služby.
- 4.krok: (voliteľný krok, najmä pre pokročilých používateľov)
Väčšina poskytovateľov e-mailového marketingu dáva možnosť segmentovať tvojich odberateľov, t. j. vytvoriť malé skupiny v rámci celkového zoznamu. Toto na začiatku nemá ešte veľký význam, ale keď sa časom tvoj zoznam rozrastá, je obrovskou výhodou mať ďalšie informácie o odberateľoch, pretože ti umožňujú posilať lepšie zacielené hodnotné informácie vytvoreným skupinám.
- 5.krok: Po prihlásení sa na odber, e-mail marketingový softvér môže poslať automatický e-mail s tvojou „návnadou“, t. j. bezplatným obsahom.
- 6.krok: Po tomto, pravidelne (napr. raz, dvakrát týždenne), môžeš svojim odberateľom posilať hromadné maily tak, že všetkým odberateľom pošleš v rovnakom čase rovnaký e-mail. Týmto spôsobom si môžeš vybudovať dôveru a vzťah so svojimi odberateľmi.
- 7.krok: Môžeš zostaviť cielenú e-mailovú sériu, ktorú tvoj odberateľ automaticky dostane v určitých intervaloch po prihlásení sa na odber. Tým sa tiež buduje dôvera a vzťah. Zároveň, môže zákazník lepšie spoznať teba a tvoju ponuku.

Podľa akých kritérií si zvolíš poskytovateľa e-mail marketingového softvéru?

Aby sme mohli tento proces realizovať, poskytovateľ e-mail marketingových služieb musí zabezpečiť potrebné funkcie. Možno pri prvých pár zaregistrovaných odberateľoch, nie je nutné uvažovať o týchto funkciách, ale príde čas, keď náš softvér pre e-mailový marketing bude obmedzovať náš rast a stáť v ceste pri vytváraní automatizácií. Preto má zmysel myslieť dopredu a vybrať si poskytovateľa, ktorý má všetky potrebné funkcie a vhodné podmienky.

Ako som už písala, nie je nemožné presunúť e-mailový zoznam, ale nie je to ľahké a ani bez rizika, takže je lepšie na začiatku uvažovať o dlhodobom riešení.

Aké by mali byť najdôležitejšie kritéria tvojho výberu?

Ako jednoducho sa rozhranie používa?

Existujú pripravené šablóny (vstupná stránka a registračný formulár)?

Možnosti automatizácie (časované sekvencie, segmentácia a možnosti tagovania, jednoduchšie vytváranie predajných lievikov).

Dostupnosť a kvalita služieb zákazníkom.

Aké štatistiky softvér zobrazuje?

Aké sú možnosti prepojenia ďalších systémov (integrácia)?

Ktorý jazyk je k dispozícii (angličtina alebo slovenčina)?

Možní poskytovatelia e-mailového marketingu

Uvádžam zoznam niektorých známejších poskytovateľov, ktorí majú viac menej podobné služby, s ich pomocou si môžeš vytvoriť e-mailovú databázu a posielat' e-maily svojim odberateľom.

Najznámejšie softvéry v angličtine sú ActiveCampaign, ConvertKit, Salesautopilot, MailChimp, MailerLite, Awerber.

Verzie v slovenskom jazyku: SmartEmailing, ListMaestro.

Medzi poskytovateľmi je obrovský rozdiel v tom, ako ľahko sa ich dá používať a aké procesy je možné pomocou nich automatizovať.

Odporúčani poskytovateľa služieb

Odporúčam 1 poskytovateľa v slovenskom (českom) jazyku a 1 poskytovateľa v anglickom jazyku.

SmartEmailing je na Slovensku všeobecne známy a odporúčaný. Tiež ho používam a som s ním spokojná.

ActivCampaign je systém, ktorý používam od začiatku jedného môjho projektu, ktorého služby momentálne poskytujem v zahraničí.

Osobne teda používam SmartEmailing a ActivCampaign a vrelo ich všetkým odporúčam – aj tým, ktorí práve začínajú budovať svoju e-mailovú databázu a chcú ju budovať na rovnakej, ľahko použiteľnej a spoľahlivej platforme aj o niekoľko rokov.

Ak nevieš po anglicky, odporúčam začať so SmartEmailingom, nakoľko je to český softvér.

Predtým, ako sa rozhodneš, mala by si využiť 14-dňovú bezplatnú skúšobnú verziu a zistiť, ako fungujú pokročilé automatizované funkcie SmartEmailingu a vyskúšať si, ako ľahko sa dá používať a aké užívateľsky prívetivé je jeho rozhranie.

Podľa mojich skúseností je kvalita služieb zákazníkom prvotriedna. Veľkou výhodou je, že SmartEmailing má veľmi jednoduché návody, ktoré ti pomôžu s nastavením a ovládaním softéru.