

Opis

Wszystko, co powinieneś wiedzieć o nowoczesnym e-mail marketingu

Wokół **e-mail marketingu** narosło tak wiele mitów, że wypaczyły one jego prawidłowy obraz. Z czego to wynika? Po pierwsze, nie wszystkim zależy, aby e-mail marketing był uznawany za skuteczny. Po drugie, prawie cała wiedza o nim pochodzi niemal wyłącznie od dostawców narzędzi, a nie od praktyków. Po trzecie, nie każdy wie, jak prowadzić e-mail marketing, a wręcz mało kto wie, jak robić to dobrze.

Pomimo to 80% marketerów deklaruje, że nie ma sobie równych, jeśli chodzi o pozyskiwanie i utrzymanie zainteresowania klientów. Poza tym kontaktowanie się z odbiorcami poprzez pocztę elektroniczną stosunkowo niewiele kosztuje, w dodatku - raczej wymaga pracy niż pieniędzy. Wreszcie: wraz z urynkowaniem koncepcji **marketing automation** e-mail marketing stał się narzędziem wyrafinowanym, które może pracować dla Ciebie nawet wtedy, gdy śpisz, w przenośni i dosłownie (choć nie jest to tak proste, jak mówią o tym dostawcy narzędzi).

Jednak ta książka to nie jedynie próba zmierzenia się z mitami o e-mail marketingu, ale także - a może raczej przede wszystkim - kompendium wiedzy na ten temat. Jeśli tylko chcesz i dysponujesz odpowiednimi zasobami, za sprawą e-mail marketingu przeniesiesz newslettery (i nie tylko) w swojej firmie na wyższy poziom. W kolejnych rozdziałach poprowadzimy Cię za rękę i pokażemy, jak efektywnie wykorzystać e-mail marketing do celów sprzedażowych, edukacyjnych, informacyjnych czy umacniania lojalności klientów.

Autorzy książki od początku 2016 roku współtworzą i rozwijają agencję e-mail marketingową Animails. Wspólnie realizowali projekty z zakresu e-mail marketingu i marketing automation dla takich marek jak: Citroen, Money.pl, Zdrofit, Morele.net, Traficar, Express, Fitness Platinum, a także dla wielu sklepów internetowych. Cały czas są głodni nowych wyzwań.

Spis treści

Wstęp (5)

- Skąd się bierze zafalszowany obraz e-mail marketingu? (6)
- O czym więc traktuje ta książka? (7)

Rozdział 1. E-mail marketing - dziarski staruszek (9)

- Kiedy to wszystko się zaczęło? (9)
- Staruszek czy nie? (10)

- Jak możesz wykorzystać e-mail marketing w swojej firmie? (16)
- Czas, start. Co należy wziąć pod uwagę, zanim zabierzesz się do pracy? (19)
- Z życia praktyka: popularne mity na temat e-mail marketingu (21)

Rozdział 2. Przygotowujemy się! (25)

- Czy masz wszystko, czego potrzebujesz, żeby wystartować? (26)
- Z życia praktyka: e-mail marketingowy Dzień Świstaka? (51)

Rozdział 3. Baza mailingowa... bazą Twojego e-mail marketingu (53)

- Baza mailingowa - własna, pożyczona, a może kupiona? (54)
- Jak prawie za darmo przyspieszyć budowę bazy adresowej? (60)
- Metoda double opt-in - czym jest i dlaczego jest tak ważna? (66)
- Jak witać się z nowymi subskrybentami newslettera? (70)
- Jak rozwiązać wypis z newslettera? (74)
- Higiena bazy danych (76)
- Z życia praktyka: co zrobić ze starą, nieużywaną bazą adresową? (78)

Rozdział 4. Pracujemy nad newsletterem (81)

- Opracowujemy szablon wiadomości (83)
- Podstawy tworzenia skutecznych wiadomości (93)

Rozdział 5. Analizujemy naszą pracę (135)

- Najważniejsze wskaźniki w e-mail marketingu (i jak je optymalizować) (135)
- Analityka newsletterów (i nie tylko) - kilka wskazówek (154)
- Z życia praktyka: 5 pułapek, w które możesz wpaść podczas testowania i analizowania wyników (156)

Rozdział 6. Wybór narzędzia do e-mail marketingu. Aspekty, na które warto zwrócić uwagę (161)

- Dostarczalność (163)
- Aspekty, które ułatwiają start (164)
- Aspekty, które wpływają na komfort i efektywność pracy (166)

Rozdział 7. Marketing automation (173)

- Nie istnieje jeden "marketing automation" (173)
- Główny mit związany z marketing automation (175)
- Marketing automation - identyfikacja użytkownika (177)
- Marketing automation B2B i B2C - z jakich funkcji korzystać? (178)

Rozdział 8. Cold mailing w pigułce (181)

- Czym jest cold mailing? (181)
- Jak wybrać narzędzie do cold mailingu? (182)
- Jak (od technicznej strony) działa cold mailing? (183)

- Skąd wziąć bazę adresową do cold mailingu? (184)
- 10 podstaw skutecznego cold mailingu (186)
- Konstrukcje skutecznych "zimnych maili" (188)