



E-posta Pazarlama ile Küçük İşletmenizi Uçurun

euromsg
express

7
E-posta
Pazarlama
Önerisi

İçindekiler

Küçük İşletmeler İçin 7 E-posta Pazarlama Önerisi

1. Düzenli ve İstikrarlı Olmak İlk Adım
2. Üyelerinizin Rızasını Almayı Unutmayın ve Şeffaf Olun
3. Mobil Uyumluluğa Dikkat Ederek Hitap Ettiğiniz Kitleleri Genişletin
4. A/B Testleriyle Her Zaman Daha İyiyi Hedefleyin
5. E-Posta Pazarlama Otomasyonu ile İşlerinizi Hafifletin
6. Üyelikten Çıkmayı Kolaylaştırın
7. E-Posta İçeriklerinize Fazladan Özen Gösterin

Çarpıcı Stratejilerle Oyunun Kurallarını Değiştirin

- Rakiplerinize Odaklanın
Niteliğin Nicelikten Önemli Olduğunu Hatırlayın
Kişiselleştirme Özelliğinden Yararlanarak Müşterilerinizi Özel Hissettirin

Blogunuzu Tanıtarak Daha Fazla İnsana Ulaşın

- Arama Motorları İçin Optimize Edin (SEO)
Blogunuzu Diğer Pazarlama Araçları ile Duyurun
Yorumları Cevapsız Bırakmayın
Blogunuzu Webde Daha Görünür Bir Hâle Getirin

4
5
6
6
7
8
8
8
9
10
11
12
12
13
14
15
15
16



Dijital pazarlama stratejileri hakkında kaynak bolluğu yaşanan günümüzde, her önerinin her işletme için uygun olamayacağına kolaylıkla şahit olunabiliyor. İşletmelerin dijital pazarlama ihtiyaçları içinde bulundukları sektöre, markanın kimliğine, hitap ettikleri kitleye ve her şeyden önce işletmenin büyüklüğüne göre çok ciddi değişkenlik gösterebiliyor.

Küçük işletmelerin tanıtım ihtiyaçları orta ve büyük ölçekli işletmelerle kıyaslandığı zaman çok daha farklı bir alanda yer alıyor. Kullanılan platformlar ve kanallar benzer olsa da kullanım şekilleri tamamen özgün stratejiler kulla-

nılmasını gerektiriyor. Küçük işletmelerin dijital pazarlama departmanlarının büyüklüğü, pazarlama için ayrılan bütçesi ve marka bilinirliğine duyduğu ihtiyacın önemi de bu farklılıklara sebep olan unsurlar arasında yer alıyor.

Küçük ölçekli işletmelerin büyük işletmelere nazaran daha düşük olan pazarlama bütçeleri ve iş güçleri ile maksimum verimi alabilecekleri dijital pazarlama kanallarının başında ise **e-posta pazarlaması** yer alıyor. E-posta pazarlaması geniş kitlelere ulaşabilme potansiyeli, esnekliği ve özelleştirilebilir olması etkili iletişim kurmanıza yardımcı olurken markanıza değer katması ile önem kazanan bir kanaldır.

Doğru strateji ve taktiklerle, e-posta pazarlaması küçük işletmeler için çok daha güçlü bir pazarlama aracı hâline gelme potansiyeline sahiptir. **euormsg express** olarak sizler için e-posta kampanyalarınızın çok daha başarılı sonuçlar elde etmesini sağlayacak, müşterilerinizle net bir iletişim kurarak sadakat geliştirmenize yardımcı olacak ipuçları hazırladık. Bunlar arasından marka kimliğinize ve içinde bulunduğunuz endüstriye uygun olanları seçerek pazarlama stratejinizi geliştirebilir, benzersiz e-postalara hemen şimdi imza atmaya başlayabilirsiniz.





Küçük İşletmeler için 7 E-posta Pazarlama Önerisi

1 Düzenli ve İstikrarlı Olmak İlk Adım

E-posta pazarlama stratejilerinin başarılı olması için düzen ve istikrar olmazsa olmazlar arasında yer alır. Her büyüklükten işletme için geçerli olsa da, bu kural özellikle de küçük işletmeler için çok daha büyük önem taşıyacaktır.

Genel olarak küçük işletmelerin müşterilerinin güvenlerini kazanması, markalarıyla beraber ürün ya da hizmetlerini tanıtması daha zorlu bir yolculuktur. Bu nedenle de e-postalarınızda beklentilere cevap vermeli ve düzenli aralıklarla üyelerinizle iletişime geçmelisiniz. Belirleyeceğiniz periyotlarla yollanan e-bültenler ile yeni ürünlerinizden, güncellemelerden ve işletmenizdeki yeniliklerden bahsederek büyüme serüveninize müşterilerinizi de dahil edebilirsiniz.

E-postalarınızda istikrarı yalnızca gönderme aralıklarında değil aynı zamanda da tasarımlarla da yakalayabilirsiniz. Doğru bir şekilde formatlanmış, düzenli ve marka kimliğinize uygun temada bir tasarıma sahip e-posta potansiyel müşterilerinize güven aşılayacaktır. Bunun için hazır e-posta şablonlarını kullanabilirsiniz. E-posta şablonlarının bir başka avantajı ise üyelikten ayrılma bildirimi, sosyal medya hesapları gibi bilgilerin her

e-postada aynı yerde bulunmasını sağlamalarıdır. Bu şekilde istikrarlı olduğunuz gibi aynı zamanda da vakit ve enerjiden de tasarruf edersiniz. İşgücü konusunda kısıtlı imkânları olan küçük işletmeler için bu tek taşla iki kuş vurmak anlamına gelir.



2 Üyelerinizin Rızasını Almayı Unutmayın ve Şeffaf Olun

Spam kutusuna düşmek, potansiyel müşterilerinizi daha onlarla kurduğunuz ilk iletişimde kaybetmek istemiyorsanız, izin konusunda hassasiyetinizi en yüksek seviyede tutmalısınız. Bir küçük ölçekli işletme olarak geniş kitlelere hitap etmenizin en kolay yolu e-posta kampanyaları olsa da kendi isteğiyle e-posta listenize üye olmamış kişilere e-posta yollama hatasına düşmeyin.

Bunun yerine web site ziyaretçilerinizin e-posta listenize üye olması için daha avantajlı nedenler sunun. Örneğin e-posta listenize üye olanlara ilk çevrimiçi alışverişlerinde yüzde 10 gibi bir indirim uygulayabilirsiniz.

Ayrıca üyelerinizin kişisel bilgilerinin gizliliğine gereken önemi vermeli, verdiğiniz bu önemi de bütün açıklığı ile onlara göstermelisiniz. E-posta listenize üye olma formunun yakın bir kısmına kişisel bilgilerinin güvenliyle saklanacağına dair bilgilendirmeyi yaparsanız takipçilerinizin markanıza olan güvenini artırmış olursunuz.

3 Mobil Uyumluluğa Dikkat Ederek Hitap Ettiğiniz Kitleleri Genişletin

Mobil cihaz kullanan kullanıcıların sayısı günden güne artıyor. E-posta danışmanlık hizmeti veren emailmonday'e göre **e-postaların %61.9'u mobil cihazlardan açılıyor.*** Üyelerinize yollayacağınız e-postalar mobil cihazlar için uygun olmadığı durumlarda alıcılar e-postalarınızı web üzerinde hazırladığınız şekilde görüntüleyemeyebilir. Mobil uyumlu tasarlanmayan e-postalarda metnin okunmasında zorluk yaşanabilir, görseller açılmayabilir ya da sadece düzensiz bir görüntü oluşabilir.

Mobil uyumlu e-postalarda özellikle de metinler daha kolay bir şekilde okunur, bu da sizi üyelerinizin gözünde çok daha profesyonel gösterir. **Unutmayın, içerikleriniz ne kadar kaliteli ve faydalı olursa olsun, onlara erişim kolay değilse kampanyalarınız başarılı sonuçlar vermeyebilir.**



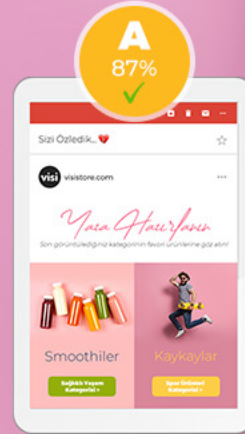
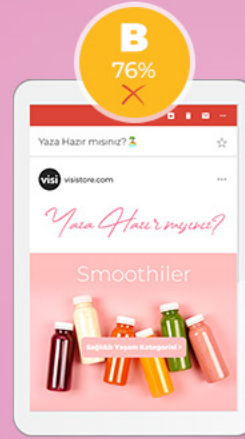
*Kaynak: emailmonday.com/mobile-email-usage-statistics/

4 A/B Testleriyle Her Zaman Daha İyiyi Hedefleyin

Hata yapmak her işin doğasında vardır. Hatalarınızı tamamen giderseniz de e-posta kampanyalarınızda gelişime her zaman yer bulunduğunu da aklınızda tutmalısınız. A/B testleri ile üyelerinizin tercihleri konusunda çok daha net bir fikir sahibi olabilir, e-postalarınızın tasarımlarından içeriklerine kadar gerekli değişimleri yapabilirsiniz.

A/B, yani split testlerini yapmak için birkaç farklı yol bulunur. Fakat pek çoğunun planı şu adımları içerir:

- Test yapacağınız alanı seçin. Bu metinde kullandığınız font ya da renkten müşteriye hitap şeklinize kadar değişebilir.
- Testleriniz için önceden gönderim hedeflerinizi belirleyin.
- Tek bir seferde yalnızca bir unsuru test edin. Aynı e-postada birkaç değişiklik yaparsanız hangisinin ne etki gösterdiği belli olmaz.
- Sonuçları analiz edin ve testlere devam edin.



A/B testleri ve analizler sürekli olarak yapılmalıdır, her zaman daha başarılı sonuçlar elde edebileceğinizi unutmamalısınız.

5 E-posta Pazarlama Otomasyonu ile İşlerinizi Hafifletin

Küçük işletme olmanız e-posta kampanyalarınızda ekstra vakit kaybetmeniz gerektiği anlamına gelmiyor. E-posta pazarlama otomasyonları ile üyelerinize bulk mail yollayın, onları doğru kategoriler ile segmente ederek kampanyalarınızı oluşturun, kişiselleştirilmiş e-postalar yollayın. Sipariş oluşturulduğunda ya da kargo gönderildiğinde kendiliğinden tetiklenen transactional (işlemsel) e-postalarla müşterilerinizi hiç yorulmadan ve hataya yer kalmadan bilgilendirebilirsiniz. Bu e-postaların raporlarını inceleyerek başarı metriklerinizi ölçümlayabilirsiniz.

E-posta pazarlama otomasyonları yalnızca işlerinizi kolaylaştırıp zaman ve enerjiden tasarruf etmenize yardımcı olmaz. Aynı zamanda insan eliyle yapılan hata oranını büyük ölçüde azaltır, kusursuz kampanyalara imza atmanızı sağlar. Kampanya sonuçlarınızı analiz ederek bir sonrakinde daha büyük başarıları hedeflemeniz için idealdir.

6 Üyelikten Çıkmayı Kolaylaştırın

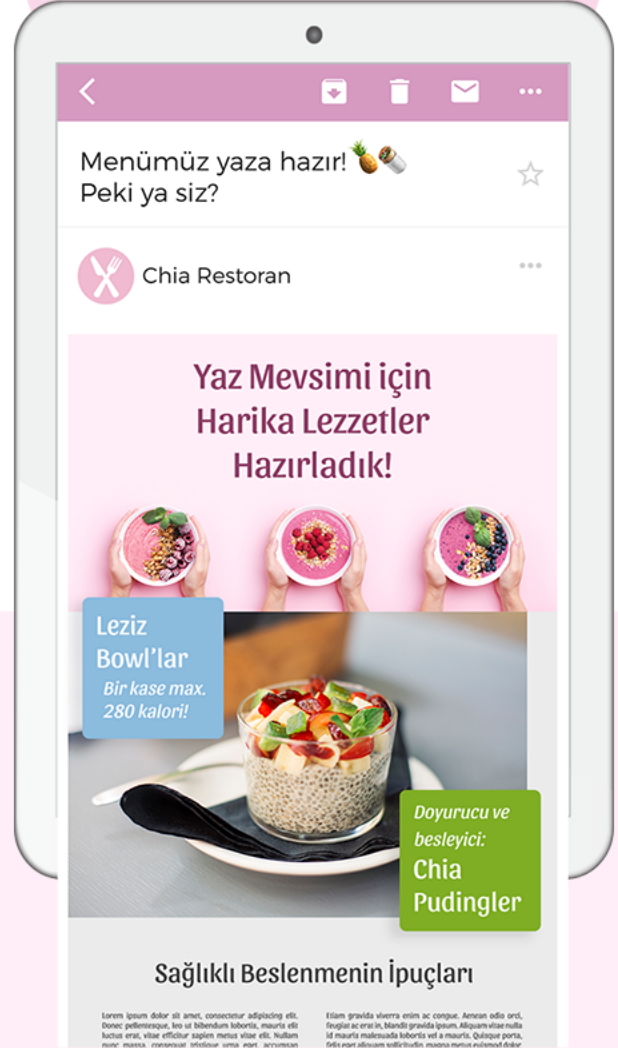
Üyelerinizin e-posta listenizden çıkmasını tabii ki istemezsiniz, hele ki daha işin başında olan küçük bir işletmeyseniz. Fakat üye kaybetmektense e-postalarınızın spam kutusuna düşmesinin daha kötü bir olasılık olduğunu da göz önünde bulundurmalısınız. E-postalarınızı okumayan takipçilerin bir süre sonra spam kutularına düşmeye başlar, bu şekilde uzun vadede bütçe kaybına bile sebep olabilirsiniz.

Bunu engellemek için üyelikten ayrılma bilgilendirmesini ve linkini yeterince büyük bir fontla e-posta şablonlarınıza ekleyebilirsiniz. Kolay görülür bir yerde olması ve kullanıcıyı uğraştırmadan üyelikten ayrılmayı sağlaması da önemli noktalar arasında. Dilerseniz üyelerinizin ayrılma nedenlerini öğrenmek için bir anket de ekleyebilirsiniz. Bu anket sonuçlarına göre kampanyalarınızı yeniden düzenleyebilirsiniz.



7 E-Posta İçeriklerinize Fazladan Özen Gösterin

Teknik kısımları tamamladınız, geriye e-posta kampanyalarınızın içeriklerini geliştirmek kaldı. İyi bir e-posta içeriği olabildiğince kısa, net ve vurucu olmalıdır. Metin ve görseller ne tür bir e-posta yolladığınıza göre değişmekle beraber, kimsenin uzun paragraflar okumaya sabrının olmadığını da hesaba katmalısınız. Üyelerinizle gerçekten paylaşmanız gerektiğini düşündüğünüz uzun metinler varsa bunları web sitenizdeki blogda yayımlayabilir, tanıtımlarını e-bültenleriniz üzerinden yapabilirsiniz.



Çarpıcı Stratejilerle Oyunun Kurallarını Değiştirin



Büyük firmaların tanıtım bütçelerine sahip olmadıkları için küçük işletmelerin potansiyel müşterilerinin güvenini kazanması çok daha zorlu olabilir. Bu nedenle de stratejilerini oluştururken uzun vadeli planlar yapmalı ve rakip analizleri için fazladan zaman harcamalıdır.

E-posta pazarlamalarınızda doğru stratejileri izleyerek daha düşük bütçe ile daha fazla kişiye ulaşabilir, kampanyalarınızdan aldığınız verimi artırabilirsiniz.

• Rakiplerinize Odaklanın

Kampanyalarınızda kendi yolunuzu çizmeniz çok önemli, fakat bunu rakiplerinizin ne yaptığını detaylı bir şekilde öğrenmeden yapamazsınız. Bu elbette, rakiplerinizin e-posta kampanyalarını taklit etmeniz gerektiği anlamına gelmiyor. Sizin işletmenize benzeyen, aynı sektördeki küçük işletmelerin e-posta listelerine üye olarak içerik ve tasarımlarını incelemekle başlayacağınız bu işlem; onların neleri doğru, neleri hatalı bir şekilde yaptığını gösterecektir.

Rakip analizi yaparken yalnızca başarılı olan rakiplerinizi değil, başarısız olanları da değerlendirmeye almalısınız. Bu şekilde neleri yapmamanız gerektiğini, hangi stratejilerin potansiyel müşterilere çekici gelmediğini öğrenebilirsiniz.



● Niteliğin Nicelikten Önemli Olduğunu Hatırlayın

Kimi küçük işletmeler gönderdikleri e-postaların açılma oranlarını artırmak için daha fazla sayıda e-posta yollamayı deniyorlar. Ne yazık ki bu strateji çoğunlukla işe yaramamakla kalmıyor, aksine istenmeyen sonuçlar da doğurabiliyor.

Çok sayıda e-posta gönderirseniz üyelerinizi rahatsız etme olasılığını hızlı bir şekilde artırırsınız. E-postalarınızın açılma oranını yükseltmek için deneyebileceğiniz çok daha sağlıklı yöntemler bulabilirsiniz. Bunların başında ilgi çekici ve vurucu konu başlıkları yazmak yer alır.

E-posta kampanyalarınız için e-postalarınızın içeriğini doğru bir şekilde özetleyen, ilgi çeken ve önemli noktaları birkaç kelimeyle özetleyen konu başlıkları seçmeli, bunları yazmak için gerekirse fazladan vakit harcamalısınız. Birkaç alternatif metin yazarak aralarından seçim yapmak genellikle daha başarılı sonuçlar doğurur. **Bu noktada clickbait denilen, ilgi çekici fakat içerikle alakasız olan başlıklardan mutlaka uzak durmalısınız.** Örneğin indirim sunmayacağınız bir e-postada “Büyük indirim ayağınıza geldi!” gibi bir başlık kullanmayın. Bu e-posta listenizin küçülmesine sebep olacaktır.

● Kişiselleştirme Özelliğinden Yararlanarak Müşterilerinizi Özel Hissettirin

E-posta pazarlama otomasyon aracınızın kişiselleştirme özelliğinden yararlanarak üyelerinize özel e-postalar gönderebilirsiniz. Kişiselleştirme özelliği sayesinde alıcılara isimleri ile hitap edebilir, geçmiş alışverişlerinden bahsedebilir, yalnızca onlara özel indirimler sunabilirsiniz.

Kişisel e-postalarda konu başlığına alıcının ismi koyulabilir, özel içerikler eklenebilir. Alıcının müşteri davranışları analiz edilerek promosyonlar sunulabilir. Örneğin kitap satan bir online mağaza **“#İsim#, polisiye romanları çok sevdiğini biliyoruz!”** konulu bir e-posta gönderirse, açılma olasılığı çok daha yüksek olacaktır.

Kişiselleştirme kimi zaman fazla vakit ve enerjinizi talep edebilir, iyi bir e-posta pazarlama otomasyonu sizin için müşterilerinizi ya da üyelerinizi segmente eder ve işlerinizi kolaylaştırır.

Blogunuzu Tanıtarak Daha Fazla İnsana Ulaşın

İçerik pazarlamasının küçük işletmeler için ideal pazarlama araçlarından biri olduğu herkesçe biliniyor. Ücretli reklamlarla kıyaslandığı zaman çok daha az bütçe gerektiriyor ve hedef kitlenizin markanız hakkında daha fazla bilgi sahibi olmasını sağlıyor.

Peki özenli gönderiler yayımladığınız blogunuza daha fazla ziyaretçi çekmek için neler yapacağınızı bilmek ister misiniz?



• Arama Motorları İçin Optimize Edin (SEO)

SEO, yani “Arama Motoru Optimizasyonu”, içerik pazarlamasında kullanacağınız bütün metinlerde kampanyalarınızın daha fazla kişiye ulaşmasını sağlar. Optimizasyon, içeriklerin arama motorları sonuçlarında web sitenizin daha st sıralamalarda çıkması için yapılan işlemlerdir. Kullanıcıların arama motorlarında anahtar kelimeler ile yaptėı aramalarda ilgili sonuçlar içerisinde markaınızın web sitesinin, arama sonuçlarında ilk sıralarda çıkması için yapılması gerekli **SEO** alışmasının yapılması gerekmektedir.

SEO için ieriğinizde belirli anahtar kelimeleri geçirmeniz, içeriğinizi kolay okunur bir şekilde formatlamanız ve ara başlık ile listeler kullanmanız gerekebilir. Burada önemli olan SEO’yu asla anlamlı ve faydalı bir içerik yaratmanın önüne geirmemeniz olacaktır. Konuyla alakalı anahtar kelimeler kullanmalı ve ziyaretçilerin amacına hizmet edecek içeriklere imza atmalısınız. Aksi takdirde ziyaretçiler hızlı bir şekilde sitenizi terk edecek, bu da uzun vadede sizi arama motorlarında çok daha alt sıralara taşıyacaktır.

• Blogunuzu Diğer Pazarlama Araçları ile Duyurun

Bütün ziyaretçilerin arama motorlarından gelmesini beklerseniz, blogunuz beklediği ilgiyi göremeyecektir. İçeriklerinizin pazarlamasını da diğer pazarlama kanallarıyla desteklemelisiniz. Özellikle de küçük ve orta ölçekli işletmelerin bloglarını aktif bir şekilde tanıtmaları gerekir.

Blogunuzda yeni yayımlanmış olan gönderileri sosyal medya hesaplarınız ve e-bültenleriniz üzerinden paylaşırsanız çok daha fazla insana ulaştığını görebilirsiniz. Bunun yanında eski blog gönderilerinizi yeri geldiği zaman tekrar duyurabilirsiniz. Blog yazıları sadece yayımlandığı hafta içinde okunmak zorunda değildir.

• Yorumları Cevapsız Bırakmayın

Blog gönderilerinizde sorulara açık olduğunuzu belirtin ve okuyucularınızla iletişime geçmeye çalışın. Gelen yorumlara teşekkür edin ve sorularını elinizden geldiğince cevaplamaya çalışın, gerekiyorsa yardım hattınıza yönlendirin.

Küçük bir işletmenin blogu için haftada 1-2 saati bile almayacak bu işlem sayesinde yalnızca web sitesi trafiğinizi artırmakla kalmayacak aynı zamanda da marka kimliğinizi güçlendirerek markanıza sadık bir müşteri kitlesine sahip olacaksınız.





● Blogunuzu Webde Daha Görünür Bir Hâle Getirin

Blogunuzun daha çok bilinmesini ve okunmasını istiyorsanız tıpkı sosyal medya hesaplarınız gibi blog adresinizi de görünür hâle getirmeye çalışın. E-posta şablonlarınızda blog adresinizin linki mutlaka görünür olsun. Web sitenizde ana sayfayı ziyaret eden herkesin kolayca ulaşabileceği bir yerde bulunursa blogunuz çok daha fazla insana ulaşmış olacaktır.





euromsg
express

Hızlı ve Güvenli E-posta Pazarlama

euromsg express ile, kolay ve güvenli bir şekilde
kampanyalarınızı oluşturun, kurun ve gönderin!

www.euromsgexpress.com