

10 съвета за успешни електронни бюлетини

Николай Петров, Moby2



Николай Петров е един от водещите трейнъри в обучителните програми на Моби2, като воденият от него семинар „Как Интернет да работи и за нашия бизнес?“ се превръща в един от хитовите обучения през последните години. Николай Петров е също ръководител проекти в „Сайбърмарк“, част от групата за интегрирани маркетингови комуникации „Publicis/MARC Group“. Работил е като мениджър Маркетинг и реклама в Nemetschek AG, ТехноЛогика, Инфомед и Инфомедиа. В областта на Интернет работи от 1999 година. Специализации в University of East London (UK) и Technische Universiteit Delft (Netherlands). Има редица публикации на тема Интернет маркетинг и реклама във вестник Дневник и електронните издания Marketing Avenue и e-Marker.biz.

Ако сте в процес на създаване на електронни бюлетини е добре да си дадете отговор на следните 10 въпроса, които могат да ви бъдат от полза:

1. Спазване на корпоративната идентичност

Получателите на бюлетина е добре от пръв поглед да разпознават фирмата, марката, от името на която го получават

2. Поискайте ли съгласието на получателите?

Най-добрият начин да набирате лоялни читатели на вашия бюлетин е, ако самите те са се възползвали от подобна възможност на ваш сайт и са си попълнили e-mail адреса.

Само по този начин ще сте сигурни, че абонатите са съгласни да получават подобна информация от вас, защото в противен случай, бюлетинът ви ще се възприема като изпращан против волята им, т.е. като СПАМ.

Ако все пак не сте имали възможност да натрупате достатъчна база данни по този начин, а имате на разположение и други e-mail адреси, не е фатално да изпратите предварително непоискани e-mail съобщения, но само еднократно и то за покана към тези хора да се абонират, т.е. ако те потвърдят, само тогава ги включвате в базата данни с абонатите.

3. Осигурихте ли двойно потвърждение от страна на абонатите?

Т. нар. double opt-in представлява следното: не е достатъчно да въведете e-mail адреса си във формата за регистрация за бюлетина, а след това да получите на този e-mail адрес линк, след чието активиране да е ясно, че наистина сте съгласни да получавате бюлетина.

По този начин се избягват злоупотреби от рода на абониране на други хора, които дори и не подозират, че са били абонирани.

4. HTML или Plain Text?

HTML технологията позволява изпращането на e-mail бюлетини с изображения, цветни елементи, текстове с различни шрифтове и големини. Безспорно това е най-добрият начин от гледна точка на визуалното възприемане на корпоративната идентичност и степента на визуална атрактивност на бюлетина.

От друга страна обаче, има хора - предимно IT специалисти - които предпочитат да получават бюлетините само в т. нар. Plain text, т.е. само като обикновени текстове с еднакъв шрифт - този, който е по подразбиране от програмата за електронни писма и без никакви изображения.

Вярно, това обикновено са доста по-малката част от абонатите и те са по-скоро изключение, но ако прецените, може да включите възможност за избор от страна на абоната в тази насока.

5. Персонализирахте ли бюлетина?

Електронният бюлетин е начин за комуникация чрез лична електронна поща. Това означава, че използвайки в някаква степен лични данни като e-mail адрес, е добре съответният абонат да се почувства значим и специален като бюлетинът до него е персонализиран по име и e-mail адрес. С други думи, да си прочете неговото име в бюлетина, а в полето за e-mail на получателя да има само неговия адрес, а не на още 2000 човека, напр.

Това е малко нож с две остриета, защото трябва да е ясно откъде разполагате с имената на съответния абонат - а именно от формата за абонамент, в която той собственоръчно е въвел своите имена.

6. Обяснихте ли защо абонатът получава този бюлетин?

Повечето Интернет потребители се абонират за множество бюлетини и понякога е трудно от пръв поглед да преценят за кое са се абонирали наистина и кое е нежелана поща (СПАМ). Ако включите текст, който пояснява защо съответният човек получава бюлетина, ще бъде сигурно, че той няма да реагира враждебно. Именно тук можете да му обясните и откъде имате неговите имена.

7. Включихте ли възможност за отписване?

Понякога стават и грешки, т.е. някой може да се абонира без да иска или да е очаквал друг тип информация. За такива случаи е добре да се предвиди възможност за отписване - получаваните насилна бюлетини не водят до нищо добро, а даже и натрупват негативи към компанията ви и продуктите/услугите, които предлагате.

8. Сложихте ли стойностно съобщение в полето "тема" (subject) на e-mail-а?

Теми, (subject-и) от рода на "Newsletter" не вършат много работа и се възприемат по-скоро като нежелана поща. Плюс това се предполага, че абонатите са българи, т.е. бюлетинът е на български и по тази причина не е нужно да спагате тема на английски език. Подходящ заместител на "Newsletter" е "Бюлетин".

9. Тествате ли дали бюлетинът стига до получателите в нормален вид?

Обърнете особено внимание на безплатните уеб-базирани електронни пощи като Abv.bg, Mail.bg, Yahoo.com, Gmail.com. Всяка една от тях си има собствени технологични особености и има вероятност нещо от HTML писмото да не се изобразява коректно. За целта е добре да имате пощенски кутии в тези сайтове и да отстранявате своевременно евентуални проблеми.

10. Предвидихте ли възможност за обратна връзка?

Бюлетинът по своята същност е еднопосочна комуникация, но не и в Интернет. Електронните бюлетини предоставят редкия шанс

да започнете активна комуникация с настоящи и потенциални клиенти - използвайте я пълноценно!

Ако на повечето от по-горните 10 въпроса сте отговорили положително, бюлетинът, който подготвяте има големия потенциал да се превърне в хит ;о) Естествено, не забравяйте, че съдържанието, т.е. информационната стойност на материалите в него е най-важният фактор.



МОБИ2 ООД е фирма специализирана в областта на обучение, консултиране и уеб базирани решения за бизнеса насочени както към малкия и среден бизнес, така и към големите компании търсещи съвременни и функциониращи решения за своята дейност. Moby2 като проект е създаден да даде на потребителите стабилна, удобна и приятна за работа среда в трите основни направление на работа на компанията:

- обучения и консултации базирани на принципа „бизнеса обучава бизнеса“
- уеб дизайн и уеб базирани решения за бизнеса
- мобилни компютри и системи за комуникация

Моби2 ООД

1592 София
 Бул. „Асен Йорданов“ 14
 тел. +359 2 491 2353 /54/55
 факс +359 2 491 33 22
 e-mail: office@moby2.com
 www.moby2.com

