

○

Como criar um plano de e-mail marketing



multmailer

ÍNDICE



Como criar seu plano de e-mail-marketing - 03

1º passo: Defina os seus leitores - 04

2º passo: Determine seu objetivo - 06

3º passo: Defina metas - 08

4º passo: Determine uma frequência - 10

Você é esperto para querer explorar o **e-mail marketing** em sua empresa. O e-mail marketing é uma das táticas de marketing mais rentáveis disponíveis, por exemplo, o **Ad Eficácia**, pesquisa encomendada pela revista **Forbes Media**, em fevereiro/março de 2009, revela que o e-mail marketing e a newsletter são considerados a segunda ferramenta mais eficaz para **gerar conversões** (transformando possíveis interessados em clientes), apenas atrás de **Search Engine Optimization (SEO)**.

Você sabe que você quer fazer alguma campanha usando email-marketing, mas não tem certeza **por onde começar**.

Você acha que pode precisar de um "**Plano de Ação**", mas que parece complicado e demorado. Vamos enfrentá-lo: Você está muito ocupado para passar horas e horas desenvolvendo um plano de marketing por e-mail.

Mas não se preocupe, vamos te ajudar a fazer isso.

1º passo

Defina
os seus
leitores

Antes de começar a montar campanhas de e-mail, você provavelmente vai querer definir o seu público alvo. Depois de obter uma boa idéia de quem anda lendo seus boletins de notícias, vai ser mais fácil decidir como agrupá-los e o que quer dizer a eles.

Defina quem você quer que seja o principal leitor de suas campanhas de e-mail. Sócios ou investidores? Os clientes atuais e potenciais? Familiares e amigos?

2º passo

Determine
seu
objetivo

Agora que você sabe com quem está falando, você pode delinear o objetivo do seu e-mail marketing. Tenha em mente a razão pela qual você está enviando o e-mail, comunicação é tudo.

Seu objetivo deve responder as seguintes perguntas:

- 1 - O que esse público quer ouvir de mim?
- 2 - O que eu quero realizar com o meu e-mail marketing?

3º passo

Defina metas

Definir suas metas é uma parte importante de um plano de marketing, dessa forma avaliar se seus esforços foram bem sucedidos se torna mais fácil e eficaz.

Metas irão variar, você pode querer aumentar os assinantes ou se concentrar em aumentar as taxas de clique, aumentar as vendas online ou apenas repetí-las.

Você provavelmente não verá resultados espetaculares de imediato. Primeiro você precisa desenvolver uma base de assinantes fieis e chamar mais e mais pessoas para se inscrever na newsletter, é a partir daí que você vai começar a ver os benefícios, obter conversões. Para construir essa fidelidade e demanda, você tem que produzir um boletim informativo de qualidade e promover em todos os seus materiais de marketing, sites e redes sociais.

4º passo

Determine
uma
frequência

Sente-se com o seu calendário - pessoal e empresarial - e pense sobre qual frequência faz sentido para o seu público e seu conteúdo. Recomendamos que você envie sua newsletter para seus contatos pelo menos semanalmente, mas não sinta a necessidade de se comprometer com isso de imediato. Sinta-se livre para pular uma semana se você não tem nada de realmente útil a dizer, a alta frequência pode incomodar.

Você provavelmente não vai querer passar mais do que um mês sem comunicação com seus contatos, pois eles podem esquecer que optaram por receber seus e-mails e confundí-los com spam.

De todos os passos, a comunicação é o mais importante. Ter um canal com seus clientes é a melhor forma de conquistá-los e fidelizá-los. O Multmailer é sua ferramenta para isso.



Você cria a mensagem,
nós fazemos o resto.



www.multmailer.com.br

