

بررسی نقش موثر ایمیل مارکتینگ در حفظ مشتریان وفادار

مقدمه

اکثر کسب و کارها جذب مشتری جدید را بر حفظ مشتری ترجیح می‌دهند. شاید وقتی متوجه شوید که طبق آمارها هزینه جذب یک مشتری جدید در کمترین حالت حدود پنج برابر بیشتر از هزینه حفظ مشتریان موجود است، متعجب شوید. نرخ تبدیل فروش در زمینه فروش محصولات به مشتریان موجود نیز ۶۰ تا ۷۰ درصد است. این نرخ زمانی که محصولات خود را به مشتریان جدید معرفی می‌کنید به کمتر از ۲۰ درصد کاهش خواهد یافت. همه این نکات نشان می‌دهند که چرا حفظ یا ابقای مشتری برای یک کسب و کار حائز اهمیت است. حال جالب است بدانید که ایمیل مارکتینگ یکی از بهترین روش‌های بازاریابی برای حفظ مشتریان وفادار قبلی یا کنونی است.

کسب و کار شما برای تقویت وفاداری بیشتر مشتریان موجود و جلب اعتماد آنها به برنامه ایمیل مارکتینگ جهت حفظ آگاهانه مشتریان خود نیاز دارد. همان‌طور که در این مقاله نشان داده خواهد شد، ایمیل مارکتینگ حفظ مشتریان زمانی که به درستی انجام شود، می‌تواند مشتریان یک کسب و کار را حفظ کند. ایمیل مارکتینگ حتی می‌تواند برخی از مشتریان وفادار را به سفیران تبلیغات برند شما تبدیل کند.

ایمیل مارکتینگ حفظ مشتریان وفادار چیست؟

ایمیل مارکتینگ برای حفظ مشتریان، روشی آگاهانه برای پیدا کردن فرصت فروش به مشتریان قبلی و کنونی است و دارای مزایای زیر است:

- مجدداً ذهن مشتریان را درگیر برند شما می‌کند
- به آنها کمک می‌کند تا به ارزش بالای محصول شما پی ببرند
- ارزشی که مشتریان برای کسب و کار شما قائل هستند را افزایش می‌دهد

هدف همه این استراتژی‌ها تقویت وفاداری و تکرار فروش محصولات به مشتریان وفادار است. به همین دلیل است که ایمیل مارکتینگ دارای نرخ بازگشت سرمایه به میزان صد و بیست و دو درصد بالاتر از سایر کانال‌های تبلیغاتی، رسانه‌های اجتماعی و سئو است و این رقم همچنان در حال افزایش است. اگر ایمیل مارکتینگ حفظ مشتریان وفادار تا به این حد موثر است، پس چرا کسب و کارها آن را پایه و اساس استراتژی بازاریابی خود قرار نمی‌دهند؟

چرا ایمیل مارکتینگ حفظ مشتریان کار چالش‌برانگیزی است؟

برنامه‌های حفظ مشتری برای اینکه نتیجه‌بخش باشند باید به گونه‌ای باشند که مشتری نگرش مثبتی نسبت به برند شما داشته باشد و مایل به ادامه خرید از شما باشد. چالشی که تمام برنامه‌های بازاریابی حفظ مشتری مثل ایمیل مارکتینگ باید بر آن غلبه کنند، این است که مشتریان می‌توانند بوی یک برند نامرتبط را از فاصله دور استشمام کنند. واقعیتی که کار شما را از این هم سخت‌تر می‌کند این است که روز به روز بر تعداد مشتریانی که نسبت به صداقت کسب و کارها بی‌اعتماد هستند، افزوده می‌شود. اگر مشتری از طریق درج آدرس ایمیل خود به شما اعتماد کرده است، اجازه دارید به بازاریابی آنها در فضای بسته‌ای بپردازید که رقبای شما احتمالاً به این فضا دسترسی ندارند. شما با دسترسی به اینباکس مشتریان بالقوه خود می‌توانید آنها را به سمت خرید محصولات یا خدمات خود هدایت کنید.

اما اگر می‌خواهید در زمینه ایمیل مارکتینگ حفظ مشتری موفق شوید، باید مشتریان خود را تا حد خیلی زیادی بشناسید. کسب و کارهایی که به کمک این تاکتیک حفظ مشتری در حال تار و مار کردن رقبای خود هستند، سیستم‌های داده‌کاوی و تحلیل تطبیقی دارند که مشتریان بالقوه را پیگیری می‌کنند و داده‌های مربوط به رفتار مشتریان را جمع‌آوری می‌نمایند. سپس با استفاده از این داده‌ها اقدامات هدفمند و مناسب حفظ مشتری را انجام دهند.

ایمیل مارکتینگ حفظ مشتریان چه ویژگی‌هایی دارد؟

ایمیل مارکتینگ حفظ مشتریان باید دارای شرایط خاصی باشد. این ایمیل‌ها باید دانش عمیق شما و نیاز مشتریان را منعکس کنند. اگر ایمیل‌هایی که به مشتریان خود ارسال می‌کنید عنوان مناسبی نداشته باشند، مشتریان آنها را باز نخواهند کرد. اگر لحن این ایمیل‌ها سرد و بی‌روح باشد، مشتریان به هیچ وجه تحت تاثیر قرار نخواهند گرفت. بهترین روش ایمیل مارکتینگ حفظ مشتریان این است که تجربه مشتریان خود از این ایمیل‌ها را به روش‌های زیر بهبود دهید:

- هویت خود را به طور کامل با ذکر نام برند خود مشخص کنید زیرا اغلب افراد ایمیل‌هایی که توسط غریبه‌ها ارسال شده‌اند را باز نمی‌کنند.
- از یک عنوان جذاب برای افزایش درصد بازشدن ایمیل استفاده کنید
- نام مشتریان خود را در ابتدای ایمیل ذکر کنید
- متن ایمیل باید نشان‌دهنده زحمت شما برای نگارش یک ایمیل کاربردی باشد
- متن ایمیل باید کاملاً مرتبط با نیازهای مشتریان باشد
- متن ایمیل باید کاملاً مرتبط با محصولات یا خدمات شما باشد و به حاشیه نپردازد
- متن ایمیل‌ها دوستانه باشد
- متن ایمیل‌ها شفاف و به دور از ابهام باشد
- از فرمت‌های گرافیکی حرفه‌ای و زیبا استفاده کنید.

ما در ادامه مطلب در مورد ۵ نوع ایمیل کاربردی در فرآیند ایمیل مارکتینگ حفظ مشتریان صحبت می‌کنیم. هر کسب و کاری می‌تواند از این پنج نوع ایمیل کاربردی استفاده کند که باعث تکرار خرید مشتریان و افزایش سودآوری خواهند شد.