

5 maneiras de aumentar seu ROI com e-mail marketing

Suas campanhas de e-mail marketing estão gerando a receita que sua empresa precisa? Não deixe que erros comuns, que podem ser evitados, causem uma baixa performance dos seus e-mails a diminuição do ROI. Aproveite estas 5 dicas para impulsionar sua estratégia de e-mail marketing e gerar resultados.

1 - Capture endereços válidos.

Formulário online, quiosque, ponto de venda, telefone: existem muitas maneiras diferentes de os clientes fornecerem seus endereços de e-mail. Isso também significa que há muitas oportunidades de ocorrerem erros simples, que impeçam que suas mensagens cheguem a uma caixa de entrada. Usar a validação em tempo real sempre que os endereços de e-mail são capturados e incentivar funcionários a capturar informações válidas, podem aumentar a capacidade de entrega.

2 - Não fique com má reputação.

A reputação de remetente ruim pode significar e-mails não entregues. Embora não haja fórmula exata para reputação de remetente (ela varia de acordo com o ISP), ter uma lista de alta qualidade, com conteúdo relevante e um público engajado, geralmente conduz a melhores resultados. Algumas maneiras de chegar lá incluem: aderir à política de privacidade de e-mail, confirmar o cadastro, spam traps e reduzir as taxas de spam.

3 - Gerencie assinantes inativos.

Assinantes inativos são aqueles que não leem mais seus e-mails, mas que não tomaram medidas para parar de recebê-los. Esse problema não deve ser ignorado, a redução das taxas de engajamento afetará a entrega de seus e-mails às caixas de entrada de modo geral. Mas não basta apenas remover totalmente os assinantes inativos. Descubra com que frequência seus contatos querem receber mensagens suas e sobre quais temas.

4 - Automatize tudo.

Mantenha os clientes engajados usando e-mails automatizados, que são acionados com base em comportamentos específicos de usuários. Em vez de usar uma abordagem generalizada, tente enviar mensagens relevantes após ações apropriadas, usando ferramentas de automação de marketing. Novos assinantes, recomendações pós-compra, abandono de carrinho/seção e eventos da vida diária, são apenas alguns exemplos de quando os e-mails automatizados podem ser eficazes.

5 - Seja relevante.

Toda vez que você planejar enviar um e-mail a um cliente, deve se perguntar: "Quem se importa?". Considere o ponto de vista do cliente e avalie se sua mensagem não só oferece algo de valor (descontos, especialidades, etc), mas também se ela é fácil de ser entendida. Não desperdice seu tempo (ou o tempo de um cliente) com mensagens irrelevantes.