

چگونه با ۷ قدم ساده ایمیل های مخاطبین را بدست بیاوریم؟

روش های بدست آوردن ایمیل های مخاطبین



ایمیل مارکتینگ یا همان بازاریابی ایمیلی یکی از روش های بازاریابی است که مدت هاست بیشتر کسب و کارها از آن استفاده می کنند. تهیه بانک اطلاعاتی مزایای زیادی دارد که شاید مهمترین موردی که می توان به آن اشاره کرد این است که می توان بازدید کننده های سایت را به مشتریانی دائم و وفادار تبدیل کرد.

شاید به جرأت بتوان گفت که ایمیل مارکتینگ یکی از قدرتمندترین روش هایی است که می توان بازدید کننده ها را بعد از مدتی به خریدار واقعی تبدیل کرد اما اگر از این ابزار استفاده نکنید نمی توانید مشتری های زیادی را جذب کسب و کار خود کنید.

تمام کسب و کارها در هر حوزه ای که فعالیت می کنند برای ادامه ی حیات به فروش نیازمندند و یکی از روش های بازاریابی که این روزها در بورس قرار دارد استفاده از ایمیل مارکتینگ یا بازاریابی ایمیلی است. استفاده از ایمیل مارکتینگ از لحاظ مالی بیشترین بازخورد مثبت و بهترین کارایی را در بر خواهد داشت اما به شرطی که به صورت صحیح از آن استفاده کنید.

استفاده صحیح از ایمیل مارکتینگ می تواند افزایش کاربر، افزایش بازدید و در نتیجه افزایش فروش را به همراه داشته باشد و تأثیر زیادی روی سئو سایت شما خواهد داشت. اما استفاده غیر اصولی از آن می تواند تمام کاربرانان

را فراری ده و باعث می شود کاربران تمام ایمیل های شما را در قسمت اسپم ذخیره کنند و این یعنی شکست در بازاریابی ایمیلی.

دلیل های زیادی وجود دارد که بخواهید از ایمیل مارکتینگ استفاده کنید و یکی از دلیل هایی که بیشتر کسب و کارهای کوچک و بزرگ از آن استفاده می کنند ارزان بودن، به دست آوردن مخاطبین هدف و سادگی در استفاده از آن است. این کسب و کارها به خاطر اینکه از پرداخت هزینه های زیاد تبلیغات فرار کنند این روش را انتخاب کرده اند و جالب اینجاست که در بیشتر مواقع پاسخ مثبت هم دریافت کرده اند.

سوالی که ذهن بیشتر مخاطبین را درگیر خودش کرده این است:

چرا مخاطبین باید ایمیل شان را در اختیار شما قرار دهند؟

بازاریابی ایمیلی تنها روشی است که مخاطبین با رضایت کامل اطلاعات خودشان به خصوص ایمیل شان را در اختیار شما قرار می دهند. به خاطر اینکه قرار است به ازای ارائه ی ایمیل، یک فایل با ارزش را دریافت کند. این فایل می تواند یک [فایل الکترونیکی](#) یا همان [e-book](#)، [فایل صوتی](#) یا فایل ویدیویی باشد. به هر حال این فایل ها هر چه باشد باید چنان جذاب باشند که مخاطبین حاضر باشند اطلاعات خصوصی شان را در اختیار شما قرار دهند.

رعایت هر نکته ای در ارسال ایمیل می تواند موفقیت شما را در همان حوزه تضمین کند و تیم "کافه نیاز" در این مقاله قصد دارد ۷ راه بدست آوردن ایمیل مخاطبین را به شما ارائه دهد. با استفاده از این روش ها می توانید یک بانک اطلاعاتی قوی تشکیل دهید.

با ما همراه باشید

روش اول: اطمینان دادن به مخاطبین که اطلاعات شان محفوظ است

در هنگام ثبت ایمیل ها توسط مخاطبین به آنها این اعتماد و اطمینان را بدهید که ایمیلشان نزد شما محفوظ است



به نظر شما در چه صورتی مخاطبین ایمیلشان را در اختیار شما قرار می دهند؟

شاید در نظر اول مهمترین دلیلی که می توان به آن اشاره کرد این است که مخاطبین زمانی ایمیلشان را در اختیارمان قرار می دهند که به ما و کسب و کارمان اعتماد و اطمینان خاطر داشته باشند. زمانی که می خواهید یک ایمیل را از مخاطبین دریافت کنید، به مخاطبین اطمینان دهید که ایمیلشان در نزد شما محفوظ است و آنها را در اختیار هیچ شخصی قرار نمی دهید.

در هنگام ثبت ایمیل توسط مخاطبین در پنجره ای که ظاهر می شود این جمله را بنویسید: ایمیل شما نزد ما محفوظ است و در اختیار هیچ شخصی قرار گرفته نمی شود.

همین مورد کوچک باعث می شود تا مخاطبین تان با میل و رغبت خودشان ایمیلشان را در اختیارتان قرار دهند و همچنین می توانید گزینه ی لغو اشتراک را در ایمیل های ارسالی قرار دهید تا هر زمان که مخاطبین مایل بودند از دریافت ایمیل هایتان صرف نظر کنند.

این دو مورد باعث شود تا مخاطبین تان به راحتی به شما و کسب و کارتان اعتماد و ایمیلشان را در اختیار شما قرار دهند.

روش دوم: از مخاطبین بخواهید ایمیل هایتان را به اشتراک بگذارند

در ایمیل مارکتینگ اگر محتوای ایمیلی که برای مخاطبین ارسال می کنید مفید باشد مطمئن باشید مخاطبین هم آن را برای دیگران ارسال می کنند



مخاطبین در بیشتر مواقع به عنوان بازاریاب دهان به دهان کسب و کار ما آن هم به صورت کاملاً رایگان مطالب سایت ما را در اختیار دیگران قرار می دهند و این بزرگترین شانس است که مخاطبین در اختیار کسب و کار ما قرار می دهند تا زودتر از آنچه که می خواهیم به یک برندینگ قوی تبدیل شویم.

این اشتراک گذاری ها در مورد ایمیل های ارسالی نیز کاملاً صدق می کند اما به یک شرط. به شرط آنکه مطالبی که از طریق ایمیل ارسال می شود آن چنان جذاب، مفید و گیرا باشد که ارزش اشتراک گذاری را داشته باشد. اگر مطالبی این چنینی تولید و برای مخاطب ارسال می کنید سعی کنید گزینه ی اشتراک گذاری در شبکه های اجتماعی و ارسال به ایمیل دیگر مخاطبین را هم به آن اضافه کنید.

این مورد دارای چند مزیت است:

- ✓ **مزیت اول:** اشتراک گذاری یعنی جذب مخاطب بیشتر
 - ✓ **مزیت دوم:** با اشتراک گذاری بازدید کننده بیشتری را بدست خواهید آورد
 - ✓ **مزیت سوم:** بانک اطلاعاتی یا همان لیست ایمیل سایت روز به روز بزرگ و بزرگ تر خواهد شد
 - ✓ **مزیت چهارم:** با بزرگ تر شدن بانک اطلاعاتی، فروش محصول یا فروش خدمات راحت تر خواهد بود
 - ✓ **مزیت پنجم:** مخاطبین و بازار هدف مشخصی نسبت به کسب و کارتان بدست خواهید آورد
 - ✓ **مزیت ششم:** خیلی سریع تر به یک برند در حوزه ی کاری خودتان تبدیل خواهید شد
 - ✓ **مزیت هفتم:** از پرداخت هزینه های سنگین و گزاف تبلیغاتی راحت خواهید شد
- با فعال کردن اشتراک گذاری در ایمیل هایتان می توانید شانس اینکه راحت تر کسب و کارتان دیده شود را از خودتان نگیرید.

عضویت در خبرنامه یکی از روش های اصولی برای دریافت ایمیل های مخاطبین است



استفاده از خبرنامه راحت ترین روشی است که خیلی از کسب و کارهای اینترنتی برای اینکه بازار هدف خود را بدست بیاورند انجام می دهند. خبرنامه همان مطالبی است که روزانه یا هفتگی تولید می کنید و روی سایت قرار می دهید و مخاطبین شما برای اینکه اولین شخصی باشند که این مطالب را مطالعه می کنند با وارد کردن ایمیلشان در خبرنامه از این مطالب با خبر می شوند.

شاید به جرأت بتوان گفت فرم خبرنامه ساده ترین فرم در تمامی سایت خواهد بود. به خاطر اینکه فقط به وارد کردن یک ایمیل و کلیک روی گزینه ی عضویت بسنده می کند. اما هنگام استفاده از خبرنامه باید به سه قانون توجه کنید:

✓ **قانون اول:** از ارسال بی مورد مطالبی که مشترک انتخاب نکرده است خودداری کنید. این به نوعی بی احترامی و ورود به حریم شخصی دیگران است.

✓ **قانون دوم:** گزینه ی لغو اشتراک را در ایمیل های ارسال شده در اختیار کاربران قرار دهید تا با میل و رغبت خودشان از دریافت ایمیل جلوگیری کنند.

✓ **قانون سوم:** این فرم را در قسمت های مختلف سایت قرار دهید تا کاربران به راحتی به آن دسترسی داشته باشند. بیشتر مواقع در پایین سایت که در تمامی صفحات قابل مشاهده باشد، قرار داده می شود.

استفاده از خبرنامه به معنی این است که بازدید کنندگانی که فقط به سایت شما مراجعه می کنند را به یک مشتری دائم و وفادار تبدیل کنید. این روش به مرور زمان به یک روش کسب درآمد از اینترنت تبدیل خواهد شد.

روش چهارم: پیشنهادهای، تخفیف ها و خدمات ویژه را از طریق خبرنامه منتقل کنید

برای اینکه مشتریان ترغیب شوند و از خبرنامه استفاده کنند به آنها اعلام کنید تمام پیشنهادات و تخفیف ها از طریق خبرنامه به اطلاع خواهد رسید



یکی دیگر از روش هایی که از طریق خبرنامه می توان به اجرا گذاشت این است که تمام پیشنهادهای، تخفیف ها، خدمات ویژه و هر آنچه را که می دانید با آن می توانید بازدید کننده و مخاطب بیشتری جذب کنید، از طریق خبرنامه به دست مخاطبین هدف خود برسانید. مشتریان تا زمانی که تخفیف های زیاد یا خدمات رایگانی را

دریافت می کنند از خبرنامه ی شما استفاده می کنند و این بهترین فرصتی است که بیشتر کسب و کارها از آن استفاده می کنند.

به طور مثال **کسب و کارهای اینترنتی** که در حوزه ی فروش فعالیت می کنند برای اینکه مخاطبین فعلی خود را حفظ کنند و همچنین مخاطبین جدید به دست بیاورند سعی می کنند برخی از محصولاتشان را با تخفیف های ۳۰ الی ۴۰ درصدی در اختیار کاربران قرار دهند.

به همین دلیل یک ایمیل به مشترکین خبرنامه ی خود ارسال می کنند و یک کد تخفیف هم در ایمیل ذکر می کنند و از مخاطبین خود می خواهند با وارد کردن این کد از تخفیف های سایت بهره مند شوند. جالب این است که این تخفیف فقط برای اشخاصی است که در خبرنامه عضو هستند.

به جای تخفیف می توانید از محصولات دیگر سایت هم استفاده کنید. به عنوان مثال اعلام کنید برای اشخاصی که در خبرنامه عضویت دارند یک فایل ویدیویی، فایل صوتی و یا فایل الکترونیکی رایگان را در اختیار آنها قرار خواهید داد. اما به این نکته توجه کنید این ارائه ی پیشنهادات توسط شما باید آنقدر جذاب و مفید باشد که ارزش عضو شدن در خبرنامه و دریافت وقت و بی وقت ایمیل را داشته باشد.

روش پنجم: دعوت به خبرنامه ی ایمیلی از طریق شبکه های اجتماعی



مزایای زیادی که در استفاده از خبرنامه وجود دارد بر هیچ کس پوشیده نیست اما هر شخصی از این مزایا خبردار نیست. یکی از روش های که می توانید به مخاطبین خود پیشنهاد کنید که با میل و رغبت به عضویت خبرنامه در بیایند این است که مزایای عضویت در خبرنامه را در شبکه های اجتماعی همراه با لینک عضویت قرار دهید.

سعی کنید تمام مزایا، پیشنهادات، هدیه ها و تخفیفاتی که در خبرنامه می توانید به اطلاع مشترکین خود برسانید در شبکه های اجتماعی به اشتراک بگذارید. این مورد باعث می شود تا مخاطبین به راحتی در خبرنامه ی سایت شما عضو شوند.

فعالیت مداوم و مستمر در شبکه های اجتماعی می تواند این اعتماد را به مخاطبین خود بدهد تا ایمیل شان را در اختیار شما قرار دهند بدون اینکه ایمیل های مزاحمی را دریافت کنند. این مورد باعث می شود تا کسب و کارتان در میان مردم دست به دست بچرخد و به یک برند تبدیل شود. برند شدن در میان رقبا با این روش به راحتی امکان پذیر است اما به شرط اینکه مطالبی را ارسال کنید که مخاطبین از عضو شدن در خبرنامه ی شما پشیمان نشوند.

روش ششم: ارسال کردن مطالب با کیفیت، با ارزش و دسته اول

برای اینکه مخاطبین تان از عضو شدن در سایت و ارائه ی ایمیلشان پشیمان نشوند سعی کنید مطالب مفید و جدید ارسال کنید



شاید به جرأت بتوان گفت که در حال حاضر مطالب و محتواهای بسیار کمی در اینترنت می توانید مشاهده بفرمایید که با ارزش، با کیفیت و مفید باشند. مطالبی که بیشتر محتوای تکراری را به مردم نشان می دهند و بار علمی بسیار کمی دارند. اما با تغییر یافتن الگوریتم های گوگل کم کم از آن محتوای تکراری و بی کیفیت خبری به میان نیست و این مورد را باید مدیون گوگل بدانیم.

هر زمان که به فکر مخاطبین خود باشید بیشتر می توانید فروش کنید. به جای اینکه به صورت روزانه و مکرر ایمیل های تکراری و بی فایده در مورد فروش محصول به مخاطبین خود ارسال کنید، سعی کنید وقت بگذارید و یک مطلب مفید، با ارزش و با کیفیت که ارزش وقت گذاشتن و مطالعه کردن را داشته باشد برای آنها ارسال کنید.

وقت گذاشتن برای تولید این مطالب می تواند مخاطبین را به سمت شما جذب کند. جذب هر مخاطب می تواند جذب یک سرمایه باشد. هر مخاطب می تواند به یک مشتری دائم و وفادار تبدیل شود و این بزرگترین سرمایه ی

یک کسب و کار می تواند باشد. کما اینکه خیلی از کسب و کارها با این روش شروع به کار کرده اند و الان در بهترین سطح دنیای وب قرار دارند.

اگر بهترین مطالب را تولید کنید و برای مخاطبین خود ارسال کنید این مخاطبین هستند که ایمیل های شما را به اشتراک دیگران می گذارند و این یک معامله ی دو سر بُرد است. به خاطر اینکه مخاطبین به ازای دریافت ایمیل های جذاب و جدید و بدون تکرار است که ایمیل های شما را در اختیار دیگر کاربران قرار می دهند.

روش هفتم: به صورت مستقیم با مخاطبین هدف خود برخورد داشته باشید

یکی از روش های راحت در دریافت ایمیل این است که در همایش ها و نمایشگاه ها شرکت کنید و از مخاطبین بخواهید ایمیلشان را در فرم رضایتمندی پر کنند



شاید از خودتان بپرسید چطور می توانیم به صورت مستقیم از مخاطبین هدف خود ایمیل هایشان را دریافت کنیم. این مورد کاملاً ساده است. سعی کنید در نمایشگاه ها و همایش هایی که متناسب با کسب و کارتان است شرکت کنید و به ازای معرفی محصولات و خدمات خود به اشخاصی که ارتباطی مستقیم با کسب و کارتان دارند، از آنها درخواست کنید که فرم رضایتمندی خود را از خدماتتان پر کنند.

با این کار آنها با رضایت کامل ایمیلشان را در اختیار شما قرار می دهند و از این به بعد می توانید تمام خبرها، اطلاعیه ها، مطالب جدید، تخفیف ها و پیشنهادهای خرید را به ایمیل مخاطبین هدف خود ارسال کنید. برای

تسریع بخشیدن به این امر می توانید همان لحظه ایمیل مخاطبین را دریافت کنید و از طریق اینترنت آنها را در خبرنامه سایت عضو کنید.

اما سعی کنید قبل از اینکه آنها را عضو خبرنامه کنید کسب اجازه کنید و قول دهید که اولاً ایمیل آنها تحت هیچ عنوانی در اختیار دیگران قرار نمی گیرد و ثانیاً فقط ایمیل هایی که متناسب با رشته ی کاری آنهاست را برایشان ارسال می کنید.

سخن آخر

استفاده از ایمیل مارکتینگ برای جذب مخاطب و کسب درآمد از اینترنت برای هر کسب و کاری که در حوزه ی اینترنت فعالیت می کند واجب است. به طور مثال در برخی موارد محصولی دارید که مدت هاست به فروش نرفته است و فرصت چندانی برای فروش ندارید.

در این طور مواقع به بانک اطلاعاتی خود که حاوی ایمیل های ثبت شده است مراجعه کنید و سعی کنید مشخصات محصول همراه با قیمت را در اختیار کاربران قرار دهید. خواهید دید که در عرض چند روز این محصولات به فروش خواهد رفت.

برای جذب مخاطبین هدف جدید سعی کنید از ابزار ایمیل مارکتینگ استفاده کنید و این فرصت را برای بدست آوردن کسب درآمد از اینترنت از دست ندهید.