

E-Posta Pazarlama Nedir ?



İçindekiler

E-Posta Pazarlama Nedir?

E-posta'nın İşlevleri

Etkili E-posta Kampanyası

E-posta Pazarlamanın Avantajları

E-Posta Pazarlama Nedir?

*“ Artık pul mastafı yok!
Internet herşeyi deęiřtiriyor”*
Seth Godin

Elektronik posta en yaygın kullanılan internet hizmetlerinden sadece bir tanesidir. Normal bir mektup sadece tek bir kişiye gönderilebilirken, bir e-posta mesajı; birden fazla e-posta adresine gönderilebilir ve dünyanın neresinde olursa olsun gönderildikten bir-iki dakika sonra alıcıya ulaşır.

E-posta pazarlaması, pazarlama faaliyetlerinin daha etkin, verimli, hızlı ve kapsamlı bir şekilde gerçekleştirilmesi amacıyla, işletmelerin internet ortamından yararlanarak, iletişim, tanıtım, satış ve pazarlama faaliyetlerinde e-posta yöntemini kullanmalarını ifade etmektedir.

İşletmeler e-posta aracılığı ile mevcut ve potansiyel müşterilerine faaliyetleri hakkında her türlü bilgiyi, haberi, yeniliği, öneriyi hızla iletebilmekte ve onların görüş, öneri ve ya şikayetlerini doğrudan öğrenmebilmektedir. Dünyada e-posta pazarlaması işletmeler tarafından, marka imajının yerleştirilmesinden, yeni ürün geliştirme sürecine, tüketici görüşlerinin toplanmasına, müşteri ilişkilerinden, fiyat düzeyleri ve ya koşullarındaki değişiklere kadar pazarlama sürecinin her aşamasında yaygın olarak kullanılmaktadır.

Elektronik posta kullanımının işletmelerin iletişim faaliyetlerini tümüyle değiştirebilecek bir öneme sahip olduğunu belirtmek abartılı bir ifade olmayacaktır. İşletmeler e-posta yoluyla gerek çalışanları ile, gerek iş ilişkisinde buldukları diğer işletmelerle, gerekse tüketicilerle hızlı, etkin ve yaygın bir iletişim sürecini gerçekleştirebilmekte, çeşitli pazarlama faaliyetlerini, haber bültenlerini ya da duyurularını iletme olanağı bulabilmektedirler.

E-Posta'nın İşlevleri



E-posta kişilere ve işletmelere hızlı, etkin ve doğrudan haberleşme olanağı sağladığı için, öncelikle çok çok yaygın bir iletişim aracı olarak kullanılmaktadır. E-posta sisteminde mesaja birçok yazılı ve görsel bilgi (grafik, fotoğraf, video v.b.) eklenmek suretiyle gönderilebilme olanağı bulunmaktadır. Ayrıca, çok hızlı olması ve düşük maliyet avantajı da, e-postanın işlevselliğini ve kullanım yaygınlığını önemli ölçüde arttırmaktadır.

Gönderilerinizi birkaç versiyonda (farklı konu başlıkları ve görsel tasarımlar kullanarak) hazırlayarak alıcı listelerinizden küçük gruplara ön gönderim yapabilir ve diğerlerine göre yüksek başarı oranı yakalamış olan gönderinizi tüm alıcı listelerinize uygulayabilirsiniz.

Etkili E-posta Kampanyası

*İzinli pazarlamanın altın kuralı
“Söz Vermek” ve “Verilen Sözleri Tutmaktır”*

Etkili e-posta pazarlama kampanyaları, anlatmak yerine ürünü satmaya yönelik olan iyi bir metinle başlar ve izne dayalı e-posta pazarlama listelerinde gerçekleşir.

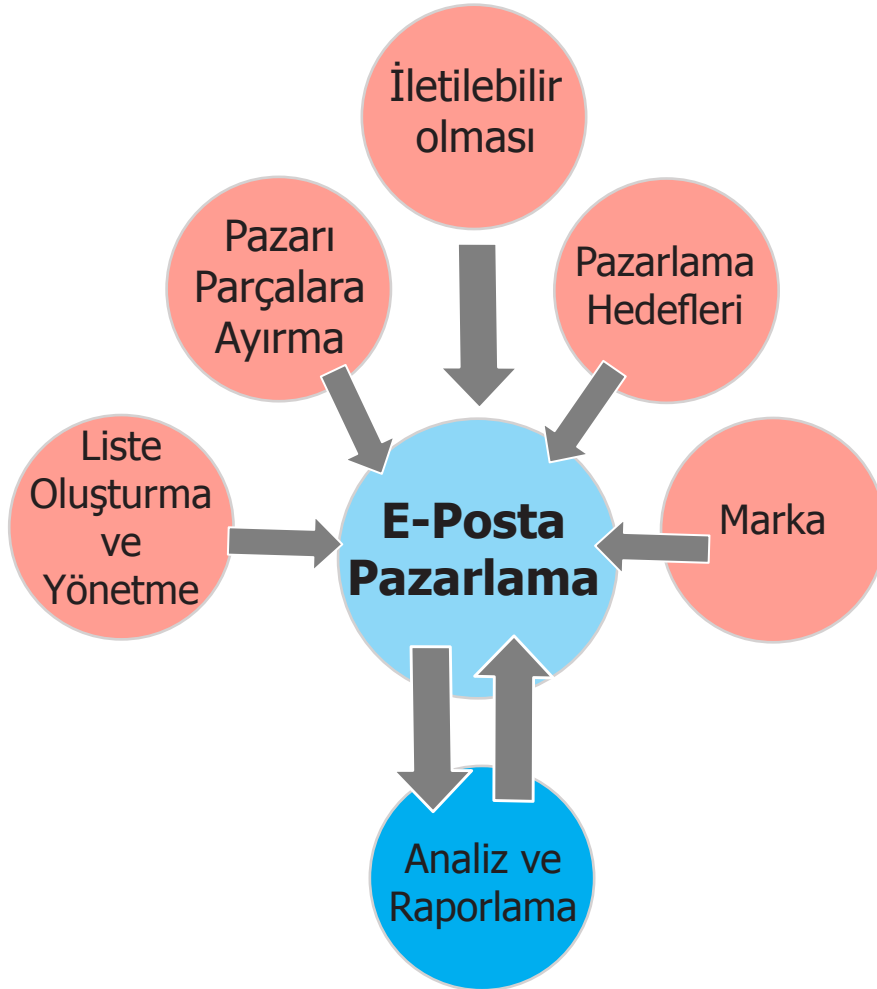
Kendi e-posta pazarlama programınızı geliştirebilmeniz için üç temel basamak vardır;

- 1) Müşteri veri tabanınızı yaratın,
- 2) E-posta kampanyaları geliştirin ve gönderin,
- 3) Elde ettiğiniz sonuçların izleyicisi olun.

En etkili kampanyalar şu üç madde üzerinde yoğunlaşırlar:

- İyi yazılmış bir metin,
- Hangi öğenin en etkili olduğunu görmek için izinli pazarlar,
- Pazarı test etmeye odaklanan e-posta pazarlama listeleri.

Etkili e-posta kampanyasının bileşenleri aşağıdaki gibidir.



E-posta Pazarlamanın Avantajları

*E-posta kampanyasında
merak uyandıran cümleler ve özelleştirmek
işe yarar*

Firmaların pazarlama çalışmalarında sıkça kullandıkları e-postanın bir çok avantajı bulunmaktadır.

- Ulaştırılmak istenen mesaj, potansiyel müşteri olabileceği belirlenmiş kitlelere düşük maliyetle ulaştırılabilir,
- Posta gibi diğer doğrudan pazarlama araçlarına göre daha ucuzdur,
- Yatırılan paranın geri dönüşü kesin olarak takip edilebilir. Online pazarlama araçları arasında arama motorlarından sonra ikinci sıradadır,
- E-posta anında kullanıcıya ulaşır,
- Takip edilmesi kolaydır. E-postanın kimler tarafından açılarak okunduğu, kimlerin istenen aksiyonu gerçekleştirdiği belirlenebilir. Buradan alınan bilgilerle bir sonraki sefer farklı gruplara, farklı mesajlar gönderilebilir,
- Mesajlar direkt müşteriye olarak ulaştırılır,
- Gönderiler otomatikleştirilerek maliyetsiz tekrar satın almalar sağlanabilir,
- İnternet kullanıcılarının yarısından fazlası her gün e-postalarını kontrol etmektedir,
- Dijital ortamda gerçekleştiği için doğa dostudur.

(1) "İnternet klavuzu", (1997), PC Magazin
(2) <http://blog.reklamstar.com/>, 2010
(3) <http://www.webservices-by-design.com>
(4) Wikipedia