

التسويق بالبريد الإلكتروني

مقدمة عن التسويق بالبريد الإلكتروني

- تاريخ البريد الإلكتروني
- أداة لإدارة علاقات العملاء CRM Tool
- أداة متميزة لبناء العلاقات طويلة الأمل مع العملاء (الجدد أو الحاليين) Long-term Relationships Building
- نوع من أنواع التسويق المباشر Direct Marketing

أهمية ومزايا التسويق بالبريد الإلكتروني

- التكلفة مناسبة / مجانية في بعض الأحيان Cost-efficient
- إمكانية تخصيص الرسائل Customization / Personalization
- قابل للقياس Measurable
- أثبت نجاحه كأفضل وسائل التسويق الرقمي

1 - التخطيط للحملة Strategic Planning

- تحديد الهدف الأساسي للحملة Campaign Objectives
- دمج الحملة مع الخطة العامة للتسويق
- وضع معايير قياس الأداء KPIs
- اختيار الأداة المناسبة (MailChimp, Emma, ExactTarget, .. etc)

2 - بناء القوائم البريدية Defining Lists

- تجميع بيانات العملاء Data Collection
- تصنيف البيانات Data Segmentation
- إدارة البيانات Data Management

3 - تصميم القوالب والمحتوى Creative Execution

- هيكل العام للبريد الإلكتروني Email Structure والتقنيات (HTML, CSS, .. etc) والأدوات اللازمة للتصميم
- فهم طبيعة الهوية البصرية Visual Identity Guidelines تصميم الإطار العام Layout
- صياغة المحتوى Content Creation اختيار عنوان مميز للرسالة Email Subject Line
- محتوى الرسالة وفهم طبيعتها توضيح المطلوب من المرسل إليه Call-to-Action
- دمج عناصر مواقع التواصل الاجتماعي

4 - الدمج مع القنوات الأخرى Channels Integration

- دمج الحملة بشكل ميداني Offline
- نشر الحملة على مواقع التواصل الاجتماعي ومواقع الويب

5 - متابعة أداء الحملات والتفاعل معها Interaction Handling

- متابعة أداء الحملة ونتائجها على الإنترنت.
- المتابعة الميدانية على أرض الواقع. لنتائج الحملات.

6 - تحليل النتائج وتطوير الأداء Analysis & Improvement

- استخراج التقارير Generating Reports
- دراسة النتائج وتحليلها Analysis
- تطوير أداء الحملة الحالية Campaign Improving
- بناء قرارات لنجاح الحملات القادمة Better Decisions

أنواع حملات البريد الإلكتروني الدعائية

- التعريف بالشركة وخدماتها Awareness
- زيادة إهتمام العملاء Consideration
- كسب عملاء جدد Conversion
- المنتجات والخدمات Product Usage
- Retention & Loyalty زيادة ولاء العاملين

مصطلحات هامة

- Opt-in / Double Opt-in / Opt-out
- Email Bounce / Hard Bounce / Soft Bounce
- SPAM, Abuse
- Open-rate
- Call-to-Action (CTA)

مقدمة عن أداة Mail Chimp

- مقدمة عن الأداة وشرح الواجهة User Interface
- كيفية بناء القوائم البريدية Lists
- تصميم القوالب Templates وتجهيز المحتوى للحملة
- بدء أول حملة دعائية Campaign
- تحليل النتائج وتجهيز التقارير Reports
- تطبيقات عملية

ملخص

- اتكلمنا عن تاريخ البريد الإلكتروني وطرق استخدامه واهى خطوات بناء الحملات الاعلانية وبعض المصطلحات الهامة
- ما هي اداه mail Chimp وكيفيه عمل تحليل لنتائج الاعلانات
- مميزات استخدام البريد ويعتبر اقوى البدائل حاليا