

۲×۷ نکته

در ایمیل مارکتینگ
آژانس های مسافرتی



۳×۷ نکته

**در ایمیل مارکتینگ
آژانس های مسافرتی**

تالیف: حمید محمودزاده

کارزار

www.karzar.it

عنوان: ۳×۷ نکته در ایمیل مارکتینگ آژانس های مسافرتی

مترجم حمید محمودزاده

تصویرگر نازنین مدنی

ارائه کننده mailer.karzar.ir

تیراژ نامحدود

تاریخ ارائه خرما پزان ۱۳۹۳

قیمت رایگان

© کلیه حقوق مادی و معنوی این اثر متعلق به مجموعه [کارزار](#) می باشد، بازنشر این اثر بدون دستکاری در محتوای آن نه تنها مجاز، بلکه ستودنی است.

درباره کتاب

I

این کتاب، سومین کتاب از مجموعه کتابهایی است که در راستای افزایش دانش عمومی کسب و کارهای اینترنتی، توسط مجموعه کارزار متعلق به شرکت آرمیتیس تهیه و به صورت رایگان در فضای مجازی، در اختیار علاقمندان به این حوزه قرار گرفته است.

بی تردید پیشنهادهای شما از طریق آدرس پست الکترونیکی info@karzar.ir ما را در بهبود کیفیت کتاب های بعدی یاری خواهد کرد.

در ضمن شما می توانید با ارسال عدد ۱ به شماره ۳۰۰۰۶۱۶۱۷۷ از انتشار کتاب های جدید مطلع شده و ما را نیز شاد کنید.

سپاس از حامیان رسانه ای

II

پرتویها
لوگوپوک
عصر ایران
وبنا

محمد حسن کرمانی رئیس انجمن دفاتر خدمات مسافرت هوایی و جهانگردی



خوانندگان عزیز، من حمید محمودزاده را تاکنون ندیده ام اما شامل لطف او شدم که شروع کننده مطالب کتاب او باشم، از اینکه جوانان ما اینگونه خوب و چابک می‌اندیشند ، مسرورم .

خیلی سریع فایل پی دی اف کتاب او را از نظر گذراندم، از ذوق او در ابتدای کتاب کیف کردم، وظیفه من نیست که ۲۰ سوالی درست کنم اما از خرما پزان ۱۳۹۳ در شناسنامه کتاب معلوم است که اهل ذوق و فکر است.

کتاب او در عین سادگی در عبارت و فهم ، به نکات بسیار اساسی و مفیدی در دنیای امروز و بازار کسب و کار اشاره می کند که برای من مفید و آموزنده بود .

خودش پیشنهاد کرده آب در دستان هست زمین بگذارید و کتاب را بخوانید، البته
گراف نیست از لابلای آن نکات مفیدی بسته به نیاز و درک خواننده قابل استخراج
است که می تواند این تبلیغات هپلی هپوی امروزی را کمی سامان دهد و هدفمند
سازد.

من از آشنایی با این جوان برآمده از نسل سرگردان امروز خوشحالم و امیدوارم در
فرصتی نزدیک با هم گپ و گفتی داشته باشم



شروع

ایمیل مارکتینگ با برگشت سرمایه ۴۰ (یعنی به ازای هر ۱۰۰۰ تومان سرمایه گذاری، ایجاد ۴۰,۰۰۰ تومان سود) در مقام اول رسانه‌های تبلیغاتی دنیا قرار دارد، پس از ایمیل مارکتینگ رتبه دوم متعلق به SEO (بهینه سازی برای موتورهای جستجو) با برگشت سرمایه ۲۲ است، این در حالی است که میزان برگشت سرمایه تبلیغات بنری فقط ۲ است.

معتقدم مطالعه این کتاب دیدگاه شما را در مورد شیوه‌های تبلیغات اینترنتی تغییر خواهد داد و اجرای درست آن به طرز چشم‌گیری کسب و کار آژانس شما را رونق خواهد داد.

پیشنهاد می‌کنم، اگر آب در دست‌تان است زمین گذاشته و این کتاب را بخوانید!

خواندن این کتاب بیش از ۳ ساعت وقت شما را نخواهد گرفت.

قبل از شروع باید بدانیم

تغییر نگرش، تغییر همه چیز

change your attitude
change your life

جمله معروفی هست که می‌گوید: نگرش‌تان را تغییر دهید، زندگی‌تان تغییر خواهد کرد.

شاید ۵ سال پیش خیلی از آژانس‌های مسافرتی داشتن وب سایت را یک هزینه اضافی می‌دانستند، اما اکنون همه می‌دانیم که آژانس‌های مسافرتی که حضور جدی در فضای اینترنت ندارند روز به روز کم‌رنگ‌تر و کم‌رنگ‌تر می‌شوند و قطعاً دو سال دیگر آنهایی که این حوزه را جدی نگرفته‌اند باید مجوز آژانس خود را به حراج بگذارند!

اکنون دیگر رقابت روی داشتن وب سایت زیباتر و با امکانات بیشتر نیست، گوی سبقت را آنهایی خواهند ربود که بازاریابی در فضای اینترنت را درک کرده‌اند و از پتانسیل‌های آن برای بهبود کسب و کار خود سود می‌برند.

ایمیل مارکتینگ به عنوان یکی از بهترین ابزارهای بازاریابی اینترنتی با بیشترین برگشت سرمایه چرخه تبلیغات اینترنتی شما را تکمیل می‌کند.

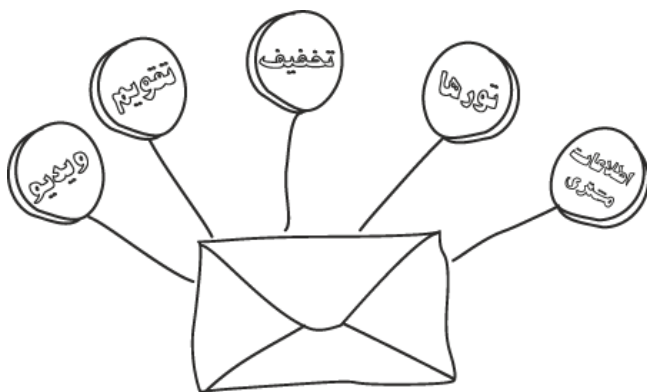
تفاسیر غلطی از ایمیل مارکتینگ در ایران وجود دارد، حتما جملاتی از قبیل ارسال یک میلیون ایمیل فقط با ۱۰۰,۰۰۰ تومان، ارسال ایمیل به همه کاربران فارسی زبان، دیتابیس ایمیل اصناف و ... را شنیده‌اید یا در تله چند مورد از این شعارها نیز افتاده‌اید!

این شعارها همه چیز هستند جزء ایمیل مارکتینگ

تا زمانی که نگرش شما در این حوزه تغییر نکند شما نخواهید توانست از این معجزه بازاریابی سود ببرید.

اگر خود را آماده این تغییر می‌دانید، آب دست‌تان است زمین بگذارید و فصل‌های بعدی این کتاب را با یک چای تازه دم ورق بزنید.

یک تعریف درست از ایمیل مارکتینگ



ایمیل مارکتینگ ارائه محتوای آموزشی و تبلیغ هوشمندانه در مورد محصولات و خدمات از طریق رسانه ایمیل به افراد یا کسانی است که این مجوز را به شیوه ای به شما داده‌اند که شما بتوانید به ایشان ایمیل بفرستید، **ارسال ایمیل تبلیغاتی به لیست ایمیلی که شما خریداری کرده اید، ایمیل مارکتینگ نیست.**

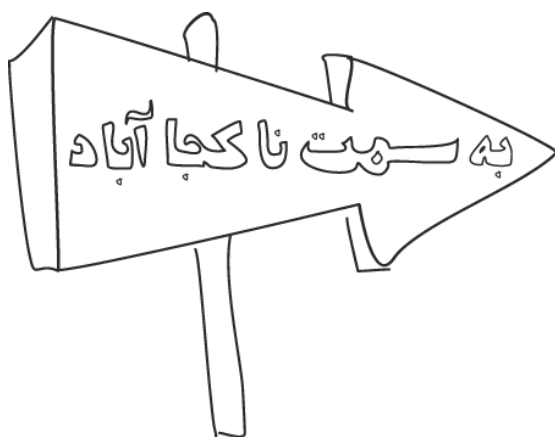


یکی از ابزارهای بی نظیر بازاریابی برای آژانس‌های مسافرتی ،استفاده هوشمندانه و درست از ایمیل مارکتینگ می‌باشد.

اکنون هر شخصی که در اینترنت حضور دارد یک آدرس ایمیل شخصی دارد و حداقل در طول هفته چند بار ایمیل خود را چک می‌کند، با ایمیل مارکتینگ شما به عنوان یک دوست می‌توانید چند وقت یکبار به دیدار مشتریان خود در ایمیل شخصی آنها رفته و آنها را خوشحال کنید.

جمع آوری ایمیل های مسافران

روش های غلط را کنار بگذارید

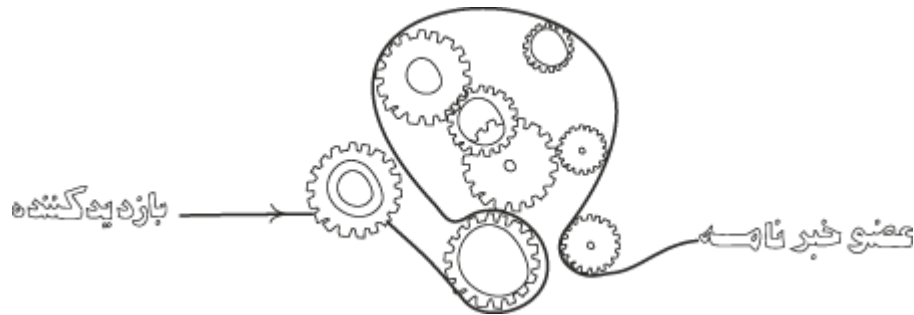


- دانلود رایگان ایمیل‌های فعال ایرانی
- فروش دیتا بیس اصناف فقط ۲۰,۰۰۰ تومان
- یک میلیون لیست ایمیل‌های فعال ایرانی
- لیست ایمیل آژانس‌های مسافرتی
- یک برنامه برای جمع آوری ایمیل‌های فعال
- و

این شیوه‌ها را فراموش کنید، ایمیل‌هایی که برپایه این گونه شیوه‌ها جمع آوری می‌شود
آژانس مسافرتی شما را به ناکجا آباد خواهد برد، شما چند بار این شیوه‌ها را امتحان
خواهید کرد و پس از دست دادن کلی زمان و هزینه، خواهید گفت: ایمیل مارکتینگ
به درد نمی‌خوره

پایه ایمیل مارکتینگ زمانی درست بنا می‌شود که شما از شیوه‌های درست برای
جمع آوری ایمیل‌های مشترکین خود استفاده نمایید.

موتورهای وب سایت خود را روشن کنید



احتمالا شما در دوره‌های زمانی مختلف هزینه‌های زیادی را برای وب سایت خود انجام می‌دهید، تبلیغات در سایت‌های مختلف، بالا آوردن سایت در نتایج جستجوی گوگل و هزینه طراحی وب سایت، هزینه‌های هاستینگ و ...
آیا فکر می‌کنید موتور وب سایت شما با تمام قوا برای شما کار می‌کند؟ با مروری که من روی سایت ۱۰ها آژانس مسافرتی داشتم متوجه شدم که اغلب آنها از ۵ درصد پتانسیل‌های فروش وب سایت خود نیز استفاده نمی‌کنند.



ساده است، شما مثلا با یک هزینه ماهی ۵۰۰۰,۰۰۰ تومان در سایت پربیننده‌ای مثل سایت ورزش ۳ یک تبلیغ متوسط قرار می‌دهید، این تبلیغ شما ممکن است روزانه توسط چند صد هزار نفر دیده شود، از این چند صد هزار نفر چند صد نفر کلیک کرده و وارد وب سایت شما می‌شوند و از این چند صد نفر تعداد انگشت شماری به شما زنگ می‌زنند و از این تعداد شاید یک یا دو نفر در روز از شما خرید کنند.

به این نکته تا به حال فکر کرده اید؟ برنامه شما برای چند صد نفر دیگری که وارد سایت شما شده اند و به شما زنگ نزده‌اند و احتمالا در چند ساعت بعدی شما را فراموش کرده اند، چیست؟ هزینه هر کلیک در سایتی مثل ورزش ۳، حدود ۱۰۰۰ تومان است، اگر به این نکته دقت نکرده‌اید، یعنی شما روزی چند صد هزار تومان را دور می‌ریزد!

یکی از بهترین شیوه‌ها برای جلوگیری از ریزش بازدیدکنندگان، اجرای برنامه‌ای برای گرفتن ایمیل آنها است، خیلی ساده است یک فرم عضویت خبرنامه در سایت خود قرار دهید و بگویید که با عضویت در خبرنامه به آنها چه خدماتی خواهید داد(مثلا آفر ویژه مسافرتی، اطلاعاتی در مورد مقاصد تورها و ...) و آنها را ترغیب کنید که دوستی‌شان را با شما آغاز کنند.

این گونه است که موتورهای وب سایت شما روشن شده و با تمام قوا شما را به پیش خواهد برد.



کانترهای شما ارزشمندتر می شوند



آژانس شما چند کانتر دارد؟ ۵ تا، ۷ تا، بیشتر؟

در روز هر کانتر با چند نفر صحبت می کند؟ ۲۰ نفر، ۳۰ نفر یا ۴۰ نفر یا بیشتر؟
متوسط را در نظر می گیریم آژانس مسافرتی شما با ۵ کانتر و زنگ خور ۳۰ برای هر
کانتر یعنی در روز همکاران شما با ۱۵۰ نفر مشتری بالقوه صحبت می کنند و در ماه
یعنی ۴۵۰۰ نفر.

شما تا کنون چه برنامه برای گرفتن اطلاعات این ۴۵۰۰ نفر داشته‌اید؟ احتمالا جواب

شما این است: **بابا اونقدر ما شلوغیم که اصلا تلفن‌ها را هم نمی‌تونیم جواب بدیم**

مسافری که به شما زنگ می‌زند قبل از شما به ۱۰ آژانس دیگر زنگ زده است و بعد از شما نیز احتمالا به ۱۰ آژانس دیگر زنگ خواهد زد.

آیا بهتر نیست هر کانتر شما به جای پاسخ به ۳۰ نفر به ۲۰ نفر پاسخ داده و بتواند از آنها اطلاعات مناسبی از قبیل ایمیل و شماره تماس را بگیرد؟ اگر فقط موفق به دریافت ایمیل از ۳۰٪ درصد مسافران شوید ماهانه حدود ۱۵۰۰ نفر مسافر به دیتا بیس ایمیل شما افزوده خواهد شد و شما بعد از یک سال بیش از ۱۵۰۰۰ نفر مسافر بالقوه که با شما آشنا هستند را خواهید داشت.

پس با یک ایده ساده کانترهای خود را ارزشمندتر از قبل کنید، حتی شما می‌توانید به مسئولین کانتر بابت دریافت ایمیل‌ها هدیه بدهید، این ایمیل‌ها بسیار ارزشمندتر از آن چیزی است که شاید به آن فکر می‌کنید.

تبدیل شماره‌های موبایل به ایمیل



احتمالا شما هم دیتا بیسی از شماره موبایل‌های مشتریان خود دارید، ۵۰۰۰ تا یا ۷۰۰۰ تا یا شاید بیشتر، دیگر پیامک مانند قبل به واسطه حجم بسیار زیاد تبلیغات پیامکی جواب نمی‌دهد، چرا به فکر تبدیل آنها به احسن نیستید؟



چند جایزه در نظر بگیرید و به مشتریان خود پیامک بفرستید که برای شرکت در قرعه کشی آژانس شما و دریافت آفرهای ویژه مسافرتی آدرس ایمیل خود را به شما پیامک کنند! با چند بار برگزاری قرعه کشی بخش اعظم مشتریان تان به دیتا بیس ایمیل شما افزوده خواهد شد.

یک مسافر چند بار با شما سفر می رود؟



امیدوارم پاسخ سوال زیر برای آژانس شما منفی باشد؟

آیا شما هم از آن آژانس‌های هستید که مسئولیت خود را تا زمان فروش تور می‌دانید؟

بسیاری از آژانس‌ها بعد از فروش خدمات، مشتری خود را رها می‌کنند.

آیا می‌دانید رها کردن یک مشتری که از شما خرید کرده است، به چه معناست؟

شما کسی را که بابت به دست آوردن و جلب اعتمادش کلی هزینه کرده اید را رها می‌کنید و دوباره با کلی هزینه جدید در جستجوی جذب شخص دیگری هستید!

به نظر شما این فرایند عجیب و تا حد زیادی غیر هوشمندانه نیست؟

چرا اینگونه فکر نمی‌کنید؟ به جای فروش یکباره با سود ۱۰۰ هزار تومانی، به یک مشتری ده بار بفروشید با سود ۸۰ هزار تومانی، ۲۰ تومان باقی مانده را نیز برای جلب رضایت مشتری هزینه کنید. و هزینه‌های جذب مشتریان جدید را نیز در مسیر خیریه مصرف کنید، اینگونه هم ۷۰۰,۰۰۰ تومان بیشتر سود کرده‌اید و هم کار خیری نیز انجام داده‌اید!

در اولین گام فرمی تهیه کنید که توسط آن اطلاعات مشتریان از قبیل نام، نام خانوادگی، تلفن همراه و آدرس پست الکترونیکی و اجازه ارسال ایمیل به ایشان را از ایشان دریافت نموده و دیتا بیس خود را با مشتریانی که یکبار به شما اعتماد کرده‌اند تکمیل کنید.

در فصل بعدی این کتاب ایده‌هایی برای ارتباط با این جنس از مشتریان به شما خواهیم داد.

مسافران حضوری. دوستان آینده شما

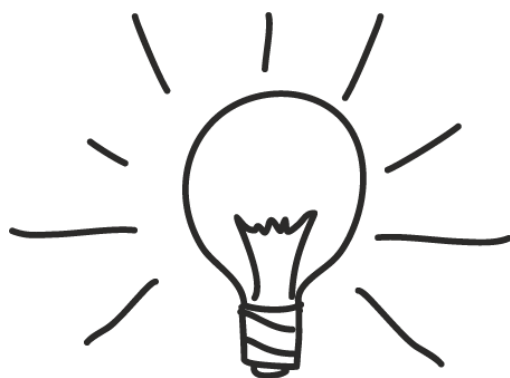


درست است که تعداد مسافران حضوری شما کم است، اما نگاه شما در بازاریابی باید به اینگونه باشد: یک نفر هم یک نفر است!

کانتربهای فروش اطلاعات مسافران حضوری، چه آنهایی که خرید می‌کنند و چه آنهایی که خرید نمی‌کنند را با یک فرم ساده و توضیح دوستانه دریافت کنند و شما روزانه آنها را به دیتابیس ایمیل خود بیافزایید.

ممکن است آنها امروز با شما سفر نکنند و صندلی خالی شما سوخت شود، اما روز دیگر آنها مسافر شما خواهند شد و شما نزدیکترین انتخاب برای ایشان خواهید بود.

ایده های خلاقانه تر



یک لحظه از آژانس مسافرتی خود بیرون بروید و در یک کافی شاپ یا قهوه خانه بنشینید و خارج از صدای زنگ تلفن‌ها و مهمه مسافران به ایده‌های دیگر فکر کنید، قطعاً شیوه‌های جدیدی را پیدا خواهید کرد، چند نمونه از ایده‌های خلاقانه را ما با شما به اشتراک می‌گذاریم:

در قبال دریافت ایمیل مسافران، محصول رایگان بدهید:

در مورد مقاصد مسافران ایرانی چند کتابچه خیلی کوچک از اطلاعات مفید تولید کنید و آن را در وب سایت آژانس مسافرتی خود به رایگان برای دانلود بگذارید. فقط با این شیوه که ایمیل مسافر را گرفته و کتابچه را به ایمیل آنها ارسال کنید، به این شکل شما دیتابسی از علاقمندان به سفر را به دیتابیس ایمیل خود خواهید افزود.

مسابقه برگزار کنید:

در مورد سفرنامه نویسی یا عکاسی با یک جایزه مناسب مسابقه برگزار کنید و ایمیل شرکت کنندگان در مسابقه را دریافت کنید، شما حتی می‌توانید مسابقه خود را در سایت‌های پربیننده تبلیغ کنید تا مخاطبان بیشتری را جذب کنید.

به مسافران راضی بگویید تا دوستان خود را به شما معرفی کنند

بعد از سفر به مسافران خود ایمیل زده و از آنها درخواست کنید در صورت رضایت از خدمات آژانس مسافرتی شما، دوستان خود را به شما معرفی کنند. قطعاً کسی که خاطره خوبی از مسافرت با آژانس شما داشته باشد، دوستان خود را به شما معرفی خواهد کرد.

چه می خواهید به مسافران بگویید

فقط قرار نیست تبلیغ بفرستید



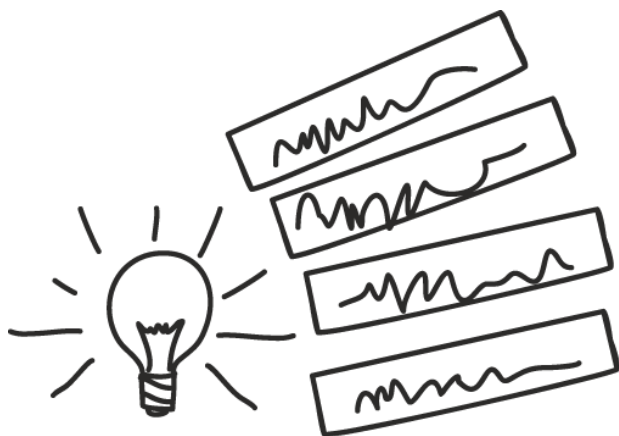
ایمیل مارکتینگ فقط به این معنا نیست که ما به مسافران خود هر روز تبلیغ تورهای خود را ارسال کنیم، ارسال **فقط** تبلیغات سبب می شود که کم کم اعضای خبرنامه شما از عضویت در خبرنامه انصراف داده و یا کم کم جذابیت ایمیل های شما برای مخاطبان شما کمتر شده و نرخ باز شدن ایمیل های شما کاهش یابد.



**سعی کنید این قانون را رعایت کنید، ۷۰ درصد محتوای آموزشی ارزشمند و
۳۰ درصد تبلیغات**

سالها تجربه شما در حوزه سفر می‌تواند ایده‌های مختلفی را به شما در مورد محتوایی که برای مسافران جذاب هستند، بدهد. این ایده‌ها را روی کاغذ بنویسد، ببینید چه کسانی در آژانس مسافرتی شما می‌توانند در تولید این محتواها کمک کنند، سپس برنامه ریزی کرده و شروع کنید.

ایده هایی برای محتوای ایمیل ها



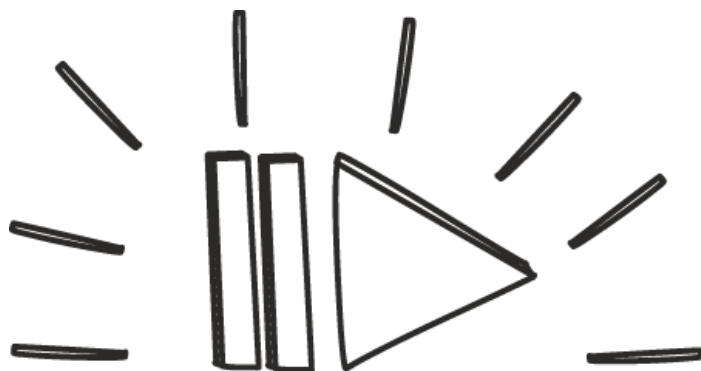
خوب چه محتوایی می تواند برای مسافران یک آژانس مسافرتی جذاب باشد؟ نکته اول اینکه راه های میانبر را فراموش کنید، محتوا زمانی ارزشمند خواهد بود که توسط شما تولید یا گردآوری شود، کپی کردن محتواهای موجود در اینترنت جذابیتی برای مسافران شما نخواهد داشت.

چند ایده برای محتوای ایمیل‌ها:

- معرفی خلاصه مقاصد تورها
- تصاویر در مورد هتل‌ها و مکان‌های دیدنی مقاصد
- آموزش جملات رایج به زبان‌های مختلف
- آموزش در مورد نکات خاص مقاصد مسافرتی
- نکاتی در مورد قوانین کشورهای مقصد
- و

خوشبختانه در حوزه آژانس‌های مسافرتی دریایی از محتواهای خوب وجود دارد که با یک گردآوری و تنظیم مناسب می‌تواند به یک محتوای ارزشمند و قابل قبول تبدیل شود.

ویدیو در آژانس های مسافرتی معجزه می کند



به نظر شاید سخت برسد، اما واقعا اینطور نیست، به ویدیوهای ساده ۵ دقیقه‌ای فکر کنید، این ویدیوها می‌توانند توسط آدم‌های کاملا غیر حرفه‌ای تولید شوند، اما معجزه خواهند کرد!

شما حتی می‌توانید از مسافران خود درخواست کنید که از هتل‌های مقصد ویدیوهای ۵ دقیقه‌ای برای شما آماده کنند.

فکر کنید مسافری که قرار است به یکی از هتل‌های آنتالیا سفر کند قبل از سفر یک ویدیو ۵ دقیقه‌ای در مورد آن هتل از شما دریافت کند؟ چقدر حس خوبی نسبت به آژانس مسافرتی شما خواهد داشت! شما انتخاب اول این مسافر در سفرهای بعدی خواهید بود.

شما می‌توانید یک کانال ویدیویی در سایت آپارات درست کرده و ویدیوهای تولیدی خود را در این سایت منتشر کنید.

برنامه‌ریزی برای ارسال ایمیل‌ها

تعداد ارسال ها به معنای بازدهی بیشتر نیست



تعداد زیاد ارسال ها به معنی این نیست که شما بازدهی بیشتری از ایمیل مارکتینگ داشته باشید، حتی ممکن است اثر منفی نیز داشته باشد. خود را جای مسافران بگذارید، آیا ارسال های زیاد باعث آزار آنها خواهد شد؟



فضای وب و اینترنت با فضای سنتی متفاوت است، در صورتیکه مسافری از تعداد ارسال ایمیل‌های شما ناراضی باشد، به راحتی و بدون هیچ گونه تعارفی از دریافت خبرنامه‌های شما انصراف خواهد داد. پس بهتر است تعداد ارسال ایمیل‌ها را به گونه ای برنامه ریزی کنید که در حالت بهینه خود قرار داشته باشد. به نظر من بهترین تعداد برای ارسال خبرنامه آژانس‌های مسافرتی یک ارسال به صورت هفتگی و گاه گذاری ارسال ایمیل‌های تخفیف، تبریک و ... است ارسال‌های تعداد زیاد بعد از مدتی ممکن است تعداد باز شدن ایمیل‌های شما را توسط مسافران کاهش دهد.

یک برنامه منظم داشته باشید



منظم بودن شما حس خوبی به مسافران خواهد داد، براساس توان خود در تولید محتوا یک برنامه منظم برای ارسال خبرنامه خود روی تقویم طراحی کنید و سعی کنید به صورت کامل به برنامه خود مقید باشد.

یک تقویم سالیانه روی دیوار اتاق کار خود چسبانده و زمان‌های ارسال خبرنامه، ایمیل‌های اعیاد و مراسم و ... را مشخص کنید و طبق برنامه مشخص شده ارسال‌ها را انجام دهید، مسافری که هر چهارشنبه از شما ایمیل دریافت می‌کند، دوست ندارد ایمیل خبرنامه را در روز دیگری دریافت کند.

هر از گاهی مشتریان خود را شگفت زده کنید



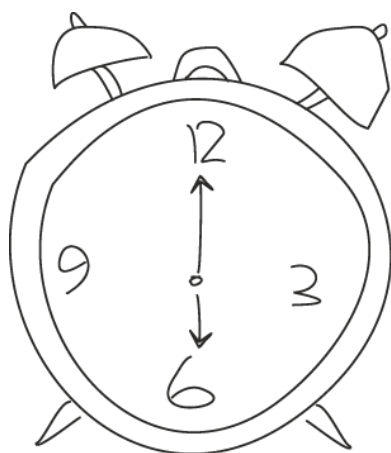
علاوه بر ارسال ایمیل‌های هفتگی خبرنامه‌ای گاه‌گذاری شما می‌توانید ایمیل‌های تبلیغی خلاقانه برای مسافران خود ارسال نمایید. مثلاً ارسال یک تخفیف خیلی ویژه به مسافران، ارسال یک ایمیل تبلیغی هنرمندانه در آغاز تابستان، ارسال چند مقصد مناسب برای سفر در تعطیلات چند روزه و

۱۵

با توجه به ارتباطی که در ارسال ایمیل‌های خبرنامه ای شما با مسافران خود ایجاد کرده اید، اکنون مسافران آماده هستند که ایمیل‌های تبلیغاتی شما را هم دیده و از آن برای سفر خود استفاده کنند.

در این بخش شما می‌توانید تورهای لحظه آخری خود را نیز به مسافران خود ارسال کنید.

بهترین زمان را برای ارسال شناسایی کنید



زمان ارسال در ایمیل مارکتینگ یکی از پارامترهای مهم است، انتخاب نادرست زمان ارسال می‌تواند به شکل چشم‌گیری میزان باز شدن ایمیل‌های شما را کاهش دهد (تا سقف ۱۰۰ درصد). تحقیقات نشان می‌دهد که بهترین زمان‌ها برای ارسال در طول شبانه روز ساعت ۶ صبح و ساعت ۲ بعد از ظهر است.

۱۶

پیشنهاد من برای آژانس‌های مسافرتی ساعت ۶ روزهای چهارشنبه می‌باشد، اما بهترین شیوه برای رسیدن به بهترین زمان ارسال تست می‌باشد، در زمان شروع ارسال ایمیل‌های خود چند روز را مشخص کرده و خبرنامه‌های خود را در هفته‌های اول در این روزهای متفاوت ارسال کنید و گزارشات ارسال ایمیل را ثبت کنید (تعداد باز شدن ایمیل‌ها، و تعداد کلیک‌ها)، به این شکل شما می‌توانید بهترین زمان ارسال را برای آژانس مسافرتی خود پیدا کنید.

عنوان های خلاقانه معجزه می کند



inbox:(6)

<input type="checkbox"/>	6:31	چطوری پسر	حن جرون
<input type="checkbox"/>	6:00	جان من بیا تورو جا رو بگو	لو آگاس آگاس
<input type="checkbox"/>	5:00	با 299 بخرید	تغذیه فائق

روی طراحی عنوان ایمیل هایی که می خواهید ارسال کنید زمان بگذارید، عنوان مناسب می تواند معجزه کند. مسافران اولین چیزی که از ایمیل ارسالی شما می بینند، عنوان ایمیل است، عنوان مناسب برای ایمیل به صورت چشم گیری می تواند میزان باز شدن ایمیل های شما را افزایش دهد.

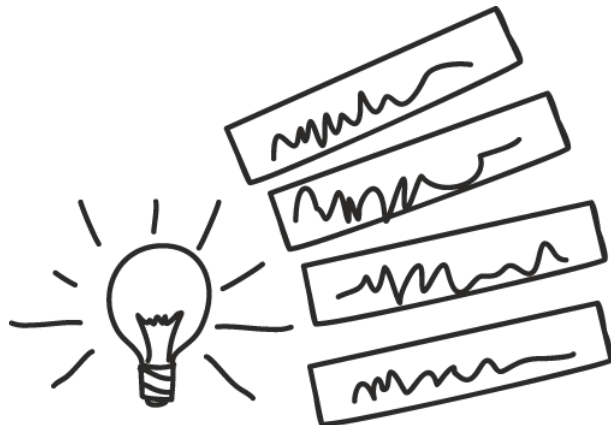
فرض کنید انتهای تابستان است و شما می‌خواهید یک آفر ویژه تور آنتالیا را برای مشتریان خود ارسال کنید، کدام عنوان بهتر است:

عنوان اول: تور آنتالیا فقط ۲,۲۰۰,۰۰۰ تومان

عنوان دوم: در آخرین روزهای تابستان در آنتالیا آب تتی کنید

عنوان دوم می‌تواند میزان باز شدن ایمیل‌ها شما را به طرز چشم‌گیری بیشتر کند

نکاتی در مورد طراحی عناوین ایمیل ها



بهتر است عنوان ایمیل یک جمله سوالی باشد مثلا: پارک آبی کوش آداسی را تجربه کرده اید؟

در صورت امکان عنوان‌های ایمیل خود را شخصی سازی کنید مثلا: حمیدرضا محمدی عزیز، مقصد بعدی سفر شما کجاست؟

استفاده از اعداد و ارقام در عنوان ایمیل‌ها توصیه می‌شود، مثلا: با یک میلیون تومان به کدام کشور می‌توان سفر کرد؟
از عناوین غیر رسمی در ایمیل‌های خود استفاده کنید، مثلا: صندلی‌های ما خالی ست، با تخفیف باورنکردنی سفر کنید
سعی کنید از محدودیت زمانی در عنوان ایمیل‌ها استفاده کنید، مثلا: ارزان ترین قیمت برای تور آنتالیا تا ۲۸ شهریور
عناوین شاعرانه تر بهتر جواب می‌دهد، مثلا: پروازی دل انگیز با اطلس جت به کوش آداسی

چگونه باید ایمیل ها را ارسال کنید

انتخاب ابزار مناسب برای ارسال ایمیل ها

۱۹

میلر لایت		
✓	✓	~~~~~
✓	X	~~~~~
X	✓	~~~~~
X	X	~~~~~

mailer lite

ابزار ما برای اجرای ایمیل مارکتینگ چیست؟ آیا با جیمیل یا یاهو می شود ایمیل مارکتینگ انجام داد؟ یا مثلا گروه های یاهو؟ آهان با این نرم افزارهای ویندوزی که قابلیت ارسال ایمیل را دارند، با آنها که حتما می شود؟
شما برای شروع ایمیل مارکتینگ نیاز دارید که یک نرم افزار ایمیل مارکتینگ حرفه ای خریداری کنید.

به عنوان مثال نرم افزار MailChimp یکی از نرم افزارهای این حوزه است که ۳,۵ میلیون مشتری دارد و در ماه بیش از ۴ میلیارد ایمیل از طریق این نرم افزار ارسال می کنند.

سوال اینجاست اصلا چرا ما باید برای شروع کار یک نرم افزار ایمیل مارکتینگ خریداری کنیم؟

این نرم افزارها کارهای زیادی را برای شما انجام می دهند که هر کدام از آنها برای اجرای فرایندهای ایمیل مارکتینگ شما نیاز است مثلا :

- زیرساخت های فنی پیچیده ای دارند که احتمال اسپم شدن ایمیل های ارسالی شما را کمتر می کنند
- از سرعت ارسال بالا برخوردار هستند؛ مثلا از طریق این نرم افزارها شما می توانید ۵۰,۰۰۰ ایمیل را در کمتر از ۱ دقیقه ارسال کنید
- به شما امکان شخصی سازی ایمیل ها را می دهند
- فرم اشتراک را در اختیار شما قرار می دهند تا از طریق آن لیست خود را جمع آوری کنید
- به شما سابقه کاملی از ایمیل های ارسالی به یک شخص را ارائه می دهند

- عملیات نگهداری سالم لیست ایمیل را به صورت مرتب، برای شما انجام می‌دهند

- و از همه مهم تر اینکه به شما گزارشات کاملی از ایمیل های ارسالی را ارائه می‌کنند، چند نفر ایمیل شما را باز کرده، چند نفر اسپم کرده، چند نفر روی لینک های شما کلیک کرده، چه کسانی روی یک لینک خاص کلیک کرده اند و

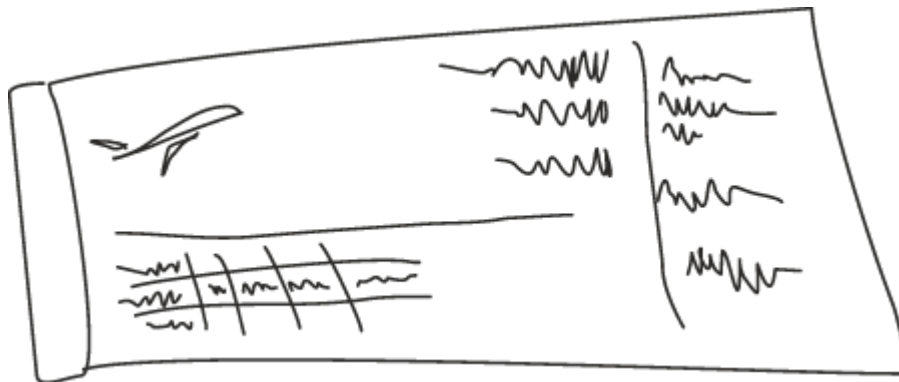
همه این امکانات، ضرورت های شما برای اجرای یک فرایند ایمیل مارکتینگ مناسب است. به عنوان مثال بهترین نرم افزار های موجود در این حوزه به ترتیب مناسب ترین قیمت به شرح زیر می باشند:

نام نرم افزار	تعداد اشتراک	قیمت (دلار)
MailerLite	تا ۱۰,۰۰۰ مشترک	۹۹
VerticalResponse	تا ۱۰,۰۰۰ مشترک	۷۳۴
iContact	تا ۱۰,۰۰۰ مشترک	۷۵۰
ConstantContact	تا ۱۰,۰۰۰ مشترک	۹۰۰
MailChimp	تا ۱۰,۰۰۰ مشترک	۹۰۰

ایده های خیلی خیلی خواندنی



مسافرانی که از شما خرید کرده اند را فراموش نکنید



یکی از ارزشمندترین سرمایه‌هایی که یک آژانس مسافرتی دارد، مسافرانی هستند که از آن آژانس خرید کرده اند.

آیا با خرید مسافر و تنظیم قرارداد کار شما با مسافر تمام می‌شود؟

شما با چند کار ساده می‌توانید وفاداری و رضایت این مسافران را به طرز چشم‌گیری افزایش دهید.

در ابتدا اطلاعات کامل مسافر (شامل نام، نام خانوادگی، شماره تلفن همراه و آدرس ایمیل) را بگیرید و آنها را وارد نرم افزار ایمیل مارکتینگ خود کنید
این چند ایده ساده را اجرا کنید:

برای هر تور مسافرتی خود یک PDF چند صفحه ای از اطلاعات مقصد و نکات سفر طراحی کنید و یک روز قبل از سفر این PDF را برای مسافران خود ارسال کنید.
یک فرم نظرسنجی در سایت خود قرار داده و یک هفته بعد از سفر یک ایمیل به مسافر خود زده و از او در مورد کیفیت خدمات سفر سوال کنید، بگذارید مسافر این حس را داشته باشد که شما همیشه همراه او هستید.
اطلاعات مسافر را به خبرنامه هفتگی خود اضافه کنید.
یک فرم ساده در وب سایت خود برای معرفی دوستان درست کنید و یک ماه بعد از سفر یک ایمیل به مسافران خود ارسال کنید تا در صورت رضایت از شما چند نفر از دوستان خود را به شما معرفی کنند.
با همین چند کار ساده شما می‌توانید در سفرهای بعدی هم در کنار مسافران قبلی خود قرار گیرد.

از مسافران خود برای تولید محتوا کمک بگیرید



شما می‌توانید از توان کل مسافران خود برای تولید محتوایی با کیفیت استفاده کنید
چیزهایی که مسافران می‌نویسند بیشتر به مسافران دیگر می‌تواند کمک کند.

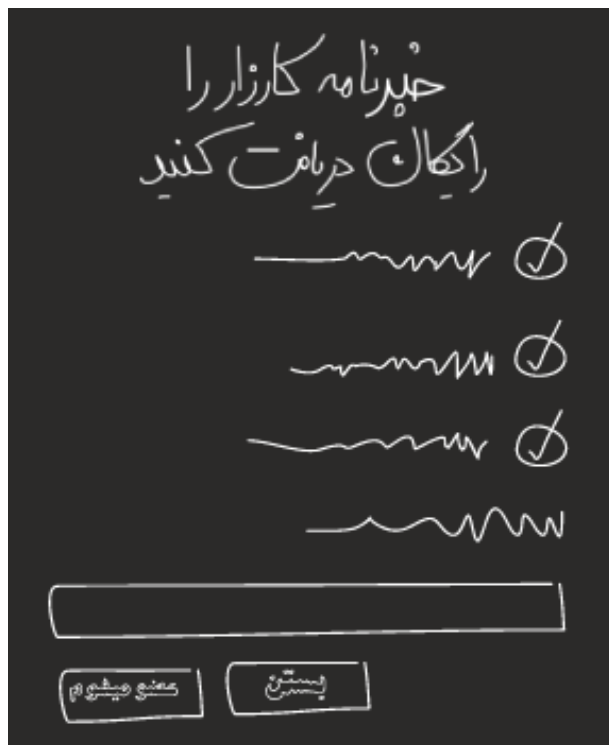


مسافران شما می‌توانند برای شما با هزینه اندک سفرنامه بنویسند، عکاسی کنند و ویدیو تولید کنند و حتی در مورد مکان‌های دیدنی مطلب بنویسند، خیلی از مسافران به این کار علاقه دارند.

قبل از هر سفر به مسافران خود یک ایمیل ارسال کنید و از آنها بخواهید در رقابت تولید محتوای شما شرکت کرده و در صورت برنده شدن از شما جایزه بگیرند.

با این کار شما با یک تیر دو هدف را نشانه می‌روید، هدف اول ارتباط بهتر با مسافران فعلی و هدف دوم تولید محتوای مناسب و با کیفیت برای مسافران بعدی.

در جستجوی ایده های بیشتر هستید؟



در خبرنامه کارزار عضو شوید

برای عضویت در خبرنامه ما کافی ست به سایت mailer.karzar.ir رفته و یا آدرس

ایمیل خود را به شماره ۳۰۰۰۶۱۶۱۷۷ ارسال نمایید.

شما هفتگی یک خبرنامه از ما در ایمیل خود دریافت خواهید کرد.

درباره نرم افزار میلر لایت



نرم افزار ایمیل مارکتینگ MailerLite.ir با هدف گذاری کسب و کارهای کوچک و متوسط توسط یک شرکت انگلیسی تولید شده است. سادگی، کیفیت مناسب و قیمت بی نظیر این نرم افزار فرصت مناسبی برای کسب و کارها برای ایمیل مارکتینگ ایجاد کرده است. توصیه می کنیم که نسخه آزمایشی (رایگان) این نرم افزار را امتحان کنید و از قابلیت های این نرم افزار مطمئن شوید. نمایندگی انحصاری این نرم افزار در ایران متعلق به شرکت نرم نگاران آرمیتیس است.

نرم نگاران آرمیتیس

www.armtis.com

تلفن: ۲۲۳۵۳۵۰۰

و ... آخرین نکته ها



امیدوارم که این کتاب نگرش شما را در مورد بازاریابی تغییر داده باشد، در صورتیکه علاقمند شده‌اید این معجزه بازاریابی را در آژانس مسافرتی خود استفاده کنید همیشه نکات زیر را مدنظر داشته باشید:

- از لیست ایمیل‌هایی مسافرانی استفاده کنید که از آنها اجازه ارسال دارید
- در همه حال، ثبت کردن ایمیل مسافران را فراموش نکنید.
- در متن ایمیل‌های ارسالی لینک انصراف از خبرنامه را قرار دهید.
- ۷۰ درصد محتوای آموزشی و ۳۰ درصد تبلیغ تورها
- از مسافران آژانس خود برای تولید محتوا استفاده کنید
- گزارشات ایمیل‌های ارسالی را بررسی و براساس آن روند خود را بهبود دهید
- دقت کنید، عدم استفاده از ایمیل مارکتینگ یعنی دور ریختن کلی از هزینه‌های تبلیغات اینترنتی

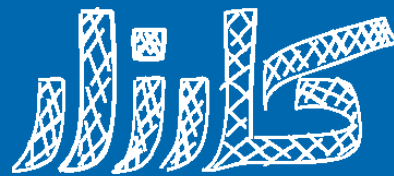
درباره مولف



حمید محمودزاده در سال ۱۳۸۲ از مقطع کارشناسی ارشد رشته نرم افزار دانشگاه علم و صنعت ایران فارغ التحصیل گردید. او یازده سال است که در حوزه تجارت الکترونیکی به عنوان مدیرعامل شرکت نرم نگاران آرمیتیس و مدیر درگاه تجاری لوکوپوک فعال است.

پایان نامه کارشناسی و کارشناسی ارشد ایشان در حوزه تجارت الکترونیک بوده و تا کنون بیش از دهها مقاله بین المللی در حوزه تخصصی خود در کنفرانسها مجلات معتبر جهانی منتشر نموده است.

تحقیقات نشان می دهد ایمیل مارکتینگ با بیشترین میزان برگشت سرمایه یکی از بهترین ابزارهای بازاریابی اینترنتی می باشد، استفاده درست از این شیوه می تواند فروش آژانس مسافرتی شما را به میزان قابل توجهی افزایش داده و کیفیت ارتباط شما با مسافران را بهبود دهد.



www.kazar.ir