



E-Posta Pazarlama Rehberi

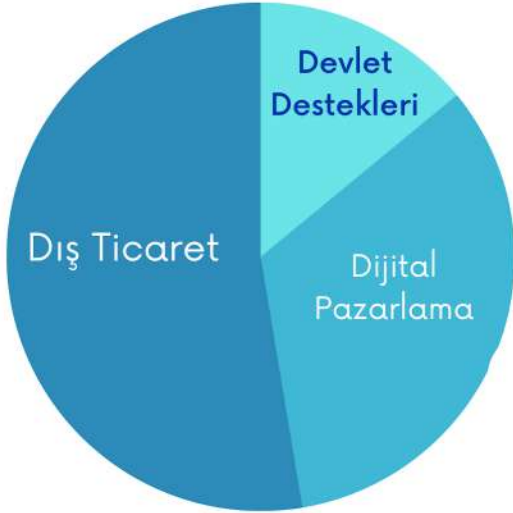


İÇİNDEKİLER

1. Ön Söz
2. E-posta Pazarlama Nedir?
3. Terminoloji
4. Teslim Edilebilirlik
5. Liste Büyümesi
6. Para Kazanma
7. E-posta Metin Yazarlığı
8. Kampanya
9. Segmentasyon
10. Otomasyon
11. Son Söz

İhracat Mentorunuz

Küresel pazarları kazanmada devlet destekleri, dijital pazarlama ve ihracat danışmanlığıyla yanınızdayız.

[Bize Ulaşın](#)

İŞLETMENİZ EN ÇOK NEYE İHTİYAÇ DUYUYOR?

İşletmelerin

- %15'i devlet destekleri,
- %35'i dijital pazarlama,
- %55'i dış ticaret

konusunda desteğe ihtiyaç duyuyor.

BİZİ TANIYIN

İhracat Mentorunuz BAZ Girişim 2021 yılında Ankara'da ülkemiz firmalarına küresel pazarları kazanmada devlet destekleri, dijital pazarlama ve ihracat danışmanlığı hizmetleri sunmak üzere kurulmuştur.



ÖN SÖZ



Sevgili İhracatçılar,

Uzun yıllardır dış ticaretin dinamiklerini yakından takip eden ve sektöre değer katan bir ekibin parçası olmaktan gurur duyuyoruz. Bu süreçte, sizlere en iyi hizmeti sunabilmek için çalışmalarımızı sürdürürken, dış ticaretin vazgeçilmez araçlarından biri olan e-posta pazarlamasının değerini hepimiz fark ettik.

E-posta pazarlaması, iş dünyasında bir köprü görevi üstlenerek, müşterilerimizin ihtiyaçlarına en hızlı ve etkili şekilde ulaşmamıza yardımcı oldu. Bu nedenle, siz değerli takipçilerimiz için hazırladığımız bu kapsamlı rehber, işletmenizin dış ticaretteki başarısını en üst seviyeye taşımanızı amaçlamaktadır.

Rehberimizde, e-posta pazarlamasının temel prensiplerinden, etkili stratejilerin oluşturulmasına kadar geçen adımları detaylı bir şekilde ele aldık. Her biri uzmanlarımızın deneyimlerinden elde edilmiş, kıymetli bilgiler içermektedir.

Bu rehberin, işletmeniz için değerli bir kaynak olacağını ve dış ticaretteki başarı yolculuğunuzda rehberiniz olacağını umuyoruz. Eğer herhangi bir sorunuz veya geri bildiriminiz olursa, lütfen bizimle iletişime geçmekten çekinmeyin.

İhracat yolculuğunuzda başarılar dileriz.
Saygılarımla,

Abdullah OSKAY
BAZ Girişim Kurucusu



E-POSTA PAZARLAMA NEDİR?

E-posta Pazarlama Nedir?

- E-posta pazarlaması, bir işletmenin ürün ve hizmetlerini tanıtarak müşteri sadakatini teşvik etmek amacıyla kullanılan bir pazarlama stratejisidir.
- Bu strateji, e-posta listenizdeki müşterileri yeni ürünlerden, indirimlerden ve diğer hizmetlerden haberdar etmek için kullanılır.
- Aynı zamanda, markanızın değerini anlatmak, satın alma işlemleri arasında müşterileri meşgul etmek ve ilişkileri güçlendirmek için de kullanılır.
- E-posta pazarlaması, dijital pazarlamanın ve doğrudan pazarlamanın güçlü bir birleşimidir ve işletmenizin ürünlerini veya hizmetlerini tanıtmak için etkili bir kanaldır.
- Ayrıca, pazarlama otomasyonunu entegre ederek müşterilerinizin en son tekliflerinizden haberdar olmasını sağlayabilirsiniz.
- Son olarak, potansiyel müşteri yaratma, marka bilinirliği artırma ve müşterilerin satın alma işlemleri arasında etkileşimde bulunmalarını sağlama konularında pazarlama e-postaları stratejinizin önemli bir parçasıdır.

E-posta Pazarlamanın Avantajları

- E-posta, kısmen kullanıcıyı bir tür eyleme geçmeye zorladığı için işletmeler için çok popüler bir pazarlama aracı haline geldi; bir e-posta okunana, silinene veya arşivlenene kadar gelen kutusunda kalır.
- E-posta pazarlaması, hedef kitlenizle bir ilişki kurmanıza yardımcı olurken aynı zamanda blogunuza, sosyal medyanıza veya insanların ziyaret etmesini istediğiniz herhangi bir yere trafik çekmenize yardımcı olabilir. Hatta e-postalarınızı segmentlere ayırabilir ve kullanıcıları demografiye göre hedefleyebilirsiniz, böylece insanlara yalnızca en çok görmek istedikleri mesajları göndermiş olursunuz.

E-posta pazarlamasında yapılan en büyük hata kişiselleştirme eksikliğidir. İzin almadan gönderilen e-postalar, spam olarak algılanabilir ve itibarı olumsuz etkileyebilir. Başlık ve içerik kalitesi önemlidir.



E-POSTA PAZARLAMADA TERMİNOLOJİ

E-posta Pazarlama Türleri ve Örnekleri

E-posta pazarlamanın birçok farklı türü vardır. Her biri farklı bir amaca hizmet eder ve hedef kitlenizle etkileşime geçmek için farklı bir yol izler. Şirketiniz için en iyi e-posta pazarlama kampanyasını oluşturabilmeniz için birçok farklı türden bazılarını bakacağız.

- Hoş geldiniz e-postaları
- Bülten e-postaları
- Öncü besleyici e-postalar
- Onay e-postaları
- Özel e-postalar
- E-postaları davet et
- Promosyon e-postaları
- Anket e-postası
- Sezonluk pazarlama e-postaları

Terminoloji

1.Açılma Oranı: Bir e-postayı açan alıcıların yüzdesi. Konu satırlarınızın ve e-posta içeriğinizin etkinliğini ölçmenize yardımcı olur.

2.Tıklama Oranı (TO): Bir e-posta içindeki bir bağlantıya tıklayan alıcıların yüzdesi. Abonelerinizin etkileşim düzeyini gösterir.

3.Dönüşüm Oranı: Bir e-posta kampanyasına göre satın alma veya form doldurma gibi istenen bir işlemi tamamlayan alıcıların yüzdesi.

4.Hemen Çıkma Oranı: Geçersiz e-posta adresi veya gelen kutusunun dolu olması gibi çeşitli nedenlerden dolayı alıcılara başarıyla teslim edilemeyen e-postaların yüzdesi.

E-posta pazarlamasında firmaların terminolojiyi bilmemesi, hedef kitle ile etkili iletişimi zorlaştırır ve mesajın anlaşılmasını engeller. Yanlış terimler kullanılması itibar kaybına yol açabilir. Bu nedenle, doğru terminolojiyi kullanmak önemlidir.



E-POSTA PAZARLAMADA TERMİNOLOJİ

Terminolojiyi doğru kullanmak, iletişimin net ve anlaşılır olmasını sağlar. Müşteriler, mesajı daha iyi kavrar ve firma ile olumlu bir bağ kurar. Doğru terimler kullanılarak güvenilirlik artar ve itibar olumlu etkilenir.

5.Abonelikten Çıkma Oranı: E-posta listenizden çıkmayı veya abonelikten çıkmayı seçen abonelerin yüzdesi. Bu oranı izlemek ve abonelikten çıkma nedenlerini analiz etmek önemlidir.

6.Segmentasyon: E-posta listenizi demografik bilgiler, ilgi alanları veya davranış gibi belirli kriterlere göre daha küçük, hedeflenen segmentlere bölme işlemi. Bu, e-posta içeriğinizi her segmentte daha iyi yankı uyandıracak şekilde uyarlamana olanak tanır.

7.A/B Testi: Hangisinin daha iyi performans gösterdiğini belirlemek için bir e-postanın iki veya daha fazla versiyonunun karşılaştırılması. Kampanyalarınızı optimize etmek için farklı konu satırlarını, düzenleri, harekete geçirici mesajları veya diğer öğeleri test edebilirsiniz.

8.Otomatik Yanıtlayıcı: Yeni aboneler için bir karşılama dizisi veya bir satın alma işleminden sonra bir dizi takip gibi belirli tetikleyicilere veya etkinliklere göre abonelere otomatik olarak gönderilen, önceden planlanmış bir dizi e-posta.

9.Harekete Geçirici Mesaj (CTA): Alıcıları "Şimdi Alışveriş Yapın", "Daha Fazla Bilgi Edinin" veya "Abone Olun" gibi belirli bir eylemi gerçekleştirmeye yönlendiren açık ve ilgi çekici bir ifade veya düğme.

10.Damla Kampanyası: Potansiyel müşterileri geliştirmek, yeni müşteriler kazandırmak veya zaman içinde eğitim içeriği sağlamak için önceden belirlenmiş aralıklarla gönderilen bir dizi otomatik e-posta.

11.Spam: İstenmeyen veya genellikle toplu olarak gönderilen e-postalardır. E-postalarınızın hedeflenen alıcıların gelen kutularına teslim edilmesini sağlamak için istenmeyen posta önleme düzenlemelerine ve en iyi uygulamalara uymak önemlidir.



E-POSTA PAZARLAMADA TERMİNOLOJİ

Yetersiz veri kullanımı, hatalı isimler veya tercihlerin göz ardı edilmesi gibi hatalar, kişiselleştirilmiş e-posta pazarlamasında müşteri bağlılığını düşürebilir ve etkisiz kampanyalara yol açabilir.

12.Kişiselleştirme: E-posta içeriğini alıcı için daha alakalı ve kişisel hale getirecek şekilde özelleştirme. Bu, alıcının adını kullanmayı, geçmiş satın alma işlemlerine veya göz atma geçmişine atıfta bulunmayı veya özel öneriler göndermeyi içerebilir.

13.Gönderenin İtibarı: Gönderenin e-posta alanının güvenilirliğinin ve güvenilirliğinin bir ölçüsü. İSS'ler (İnternet Servis Sağlayıcıları), bir e-postanın gelen kutusuna teslim edilip edilmeyeceğine veya spam olarak işaretlenip işaretlenmeyeceğine karar verirken gönderenin itibarını bir faktör olarak kullanır.

14.Liste Hijyeni: Etkin olmayan veya geçersiz e-posta adreslerini, kopyaları veya aboneliği iptal eden aboneleri kaldırarak e-posta listenizi düzenli olarak temizleme ve bakımını yapma işlemi. Bu, teslimatın ve katılım oranlarının iyileştirilmesine yardımcı olur.

15.Teslim Edilebilirlik: Bir e-postanın alıcının gelen kutusuna başarıyla ulaşma yeteneği. Teslim edilebilirliği etkileyen faktörler arasında gönderenin itibarı, e-posta içeriği, liste kalitesi, spam filtreleri ve İSS kuralları yer alır.

16.Beyaz listeye alma: Bir e-posta adresini veya alan adını alıcının onaylı listesine ekleme işlemi, bu gönderenden gelen e-postaların spam filtrelerini atlayıp doğrudan gelen kutusuna teslim edilmesini sağlar.

17.Kara listeye alma: Bir e-posta gönderenini spam kaynağı olarak engellemek veya işaretlemek için ISP'ler veya spam filtreleri tarafından gerçekleştirilen işlem. Kara listeye alınmak, e-posta teslim edilebilirliğini ciddi şekilde etkileyebilir.



E-POSTA PAZARLAMADA TERMİNOLOJİ

Alıcı ilgisini kaybettiren en büyük e-posta pazarlama hatası, değerli içerik eksikliğidir. İlgisiz, tekrarlayıcı veya içerikten yoksun e-postalar, abonelerin ilgisini kaybetmelerine neden olur ve kampanyanın etkisiz olmasına yol açar.

18.HTML E-postası: Biçimlendirme ve tasarım öğeleri için Köprü Metni Biçimlendirme Dili'ni (HTML) kullanan bir e-posta. HTML e-postaları görsel olarak çekici ve etkileşimli hale getiren resimler, renkler, yazı tipleri ve köprüler içerebilir.

19.Düz Metin E-postası: Herhangi bir biçimlendirme veya tasarım öğesi içermeyen, yalnızca metinden oluşan basit bir e-posta. Düz metin e-postalar genellikle basitlik, uyumluluk veya belirli düzenlemelere uymak için kullanılır.

20.E-posta Otomasyonu: Önceden tanımlanmış tetikleyicilere, eylemlere veya zaman aralıklarına göre e-postaları otomatik olarak göndermek için yazılım veya araçların kullanılması. Otomasyon, tekrarlanan görevleri kolaylaştırır ve kişiselleştirilmiş, zamanında iletişime olanak tanır.

21.Lead Magnet: Potansiyel abonelere e-posta adresleri karşılığında sunulan teşvik edici veya değerli içerik. Yaygın müşteri miktatısları arasında e-kitaplar, teknik incelemeler, şablonlar veya kaynaklara özel erişim bulunur.

22.Katılma/Opt-out: Katılma, belirli bir gönderenden veya şirketten e-posta almak için gönüllü olarak abone olma eylemini ifade eder. Vazgeçme, abonelikten çıkma veya gelecekteki e-postaları almaktan vazgeçme sürecini ifade eder.

23.Açılış Sayfası: Bir pazarlama kampanyası veya teklifi için özel olarak tasarlanmış bağımsız bir web sayfası. Açılış sayfaları genellikle e-posta adreslerini yakalamak, bir ürünü tanıtmak veya belirli eylemleri teşvik etmek için kullanılır.

24.Dönüşüm İzleme: Bir e-posta kampanyası sonucunda meydana gelen eylemlerin veya dönüşümlerin izlenmesi ve analiz edilmesi süreci. E-posta pazarlama çabalarınızın etkinliğini ve yatırım getirisini ölçmenize yardımcı olur.



Teslim Edilebilirlik

Yapılmayacaklar

- E-posta listeleri satın almayın veya kiralamayın.
- Tekrar tekrar geri dönen kişilere e-posta göndermeyin.
- E-postanızın veya konu satırının hiçbir yerinde tamamı büyük harf kullanmayın.
- Ünlem işareti kullanmayın.
- E-postanızda video, Flash veya JavaScript kullanmayın.
- E-postalarınıza form yerleştirmeyin.
- E-postalarınıza ek eklemeyin.
- Spam tetikleyici kelimeleri kullanmayın.
- E-postalarınızın taslağını hazırlarken kırmızı yazı tipi kullanmayın.
- Yazım denetimini kullanmayı unutmayın.
- E-posta kopyanızı anahtar kelimelerle doldurmayın.
- Çok fazla sayıda veya çok büyük görseller kullanmayın.

Yapılacaklar

- E-posta listelerinizi güncel ve temiz tutun.
- Aktif olmayan veya nadiren aktif olan abonelerle yeniden etkileşime girip giremeyeceğinizi görün.
- Çift katılım kullanın.
- Abonelerinizden sizi adres defterlerine eklemelerini isteyin.
- E-posta altbilginize net bir abonelikten çıkma bağlantısı ve fiziksel bir posta adresi eklemelisiniz.
- Tanıdık bir gönderen adı kullanın.
- Alıcılara e-postalarınızın hem HTML hem de düz metin sürümünü sunun.
- İnsanların e-postanızı bir web tarayıcısında görüntülemesine izin verin.
- E-posta görsellerinize alternatif metin ekleyin.
- E-postalarınızı göndermeden önce test edin.
- Üçüncü bir taraftan e-posta gönderen akreditasyonu alın.
- Göndereninizin IP adresinin itibarını izleyin.
- E-posta gönderme yasalarındaki, İSS davranışındaki ve spam filtresi teknolojisindeki değişikliklerden her zaman haberdar olun.

Firmaların teslim edilebilirlik konusunda yaptığı en büyük hata, temiz olmayan e-posta listeleri kullanmaktır. Yanlış veya eski adresler, spam puanını artırarak iletilerin spam klasörüne gitmesine neden olabilir.



E-POSTA PAZARLAMADA LİSTE BÜYÜMESİ

Liste Büyümesi

E-posta Kullanarak E-posta Listenizi Nasıl Büyütebilirsiniz?

- Abonelerinizi e-postalarınızı paylaşmaya ve iletmeye teşvik edin
- E-posta listelerinizi alıcı kişiliğine göre bölümlere ayırın
- Eski bir e-posta listesini bir katılım kampanyasıyla yeniden canlandırın
- Çalışanlarınızın imzalarına bir katılım bağlantısı ekleyin

Yeni İçerikle E-posta Listenizi Nasıl Büyütebilirsiniz?

- Yeni bir potansiyel müşteri yaratma teklifi oluşturun
- Kayıt olmayı gerektiren ücretsiz bir çevrimiçi araç veya kaynak oluşturun
- Ek bonus içeriği oluşturun

Sosyal Medyayı Kullanarak E-posta Listenizi Nasıl Büyütebilirsiniz?

- Çevrimiçi bir yarışmayı tanıtın
- Twitter'da olası satış yaratma teklifini tanıtın
- Korumalı görsel içeriği tanıtmak için Pinterest'i kullanın

Facebook'u Kullanarak E-posta Listenizi Nasıl Büyütebilirsiniz?

- E-posta bülteninizi profil kapak fotoğrafınızın teması haline getirin
- İşletmenizin Facebook sayfasının üst kısmına bir harekete geçirici mesaj düğmesi ekleyin
- Bülten önizlemelerini profilinizde paylaşın
- Erişmek için e-posta adresi gerektiren içerikleri Facebook aracılığıyla tanıtın



E-POSTA PAZARLAMADA LİSTE BÜYÜMESİ

Firmaların e-posta pazarlamada liste büyümesi için ilerlemesi, potansiyel müşteri tabanını genişletir, marka bilinirliğini artırır, daha fazla satış fırsatı sunar ve müşteri ilişkilerini güçlendirir.

YouTube'u Kullanarak E-posta Listenizi Nasıl Büyütebilirsiniz?

- YouTube videolarınıza etkileşim özellikleri ekleyin
- E-posta bülteninizi tanıtmak için başlığınızı ve görsellerinizi kullanın
- Video açıklamalarınızda e-postalarınızı tanıtır

Instagram'ı Kullanarak E-posta Listenizi Nasıl Büyütebilirsiniz?

- Instagram biyografinize harekete geçirici mesaj ekleyin
- Kullanıcıları biyografinizdeki harekete geçirici mesaj e-posta bağlantısını tıklamaya yönlendiren yayınlar paylaşın
- Açılış sayfanızı paylaşmak için yukarı kaydırma özelliğini kullanın
- İşletme profilinize bir e-posta düğmesi ekleyin

LinkedIn Kullanarak E-posta Listenizi Nasıl Büyütebilirsiniz?

- Okuyucuları e-posta kaydı için bir açılış sayfasına gönderin
- E-posta bülteniniz hakkında yayın yapın
- Kapılı tekliflere bağlantılar yayınlayın

Web Sitenizdeki E-posta Listenizi Nasıl Büyütebilirsiniz?

- Web sitesi ziyaretçilerinden geri bildirim isteyin
- Potansiyel müşteri yakalayan formlarınızın uzunluğunu kısaltın
- Web sitenizdeki e-posta kayıtlarını kaydeden tekliflere bağlantı
- A/B testi farklı kampanya kopyası
- Okuyucuların abone olabileceği bir blog oluşturun
- Diğer web siteleri için misafir blogu ve harekete geçirici mesaj paylaşın
- Kayıt açılış sayfalarınıza müşteri yorumlarını ekleyin



E-POSTA PAZARLAMADA PARA KAZANMA

Para Kazanma

E-postadan Para Kazanma İçin En İyi Uygulamalar

- E-posta göndermek için en iyi zamanları bulmak için Analytics'i kullanın
- Hedef kitlenizi hassas hedefleme için segmentlere ayırın
- Yerel reklamları dahil edin
- En iyi performansı sık sık test edin

E-posta Listelerinizden Nasıl Para Kazanabilirsiniz?

- **Reklamlar Aracılığıyla Gelir Sağlama:** E-posta pazarlamasının en basit ve etkili yollarından biri, reklamlarla gelir elde etmektir. Dikkatlice tasarlanmış bir haber bülteni ile izleyicilerinize sürekli olarak değer katarak olumlu bir gelir akışı oluşturabilirsiniz.
- **Prömiyum İçerik Sunarak Gelir Elde Etme:** E-posta bültenlerinizden gelir sağlamanın harika bir yolu da, aboneleriniz için özel içerikler oluşturmak ve bu içerikler için düzenli bir ücret talep etmektir.
- **Ürün veya Hizmet Satışı:** E-posta bültenlerinden para kazanmanın yaygın bir yolu da, ürün veya hizmetleri doğrudan hedef kitlenize sunmaktır. Duyuru, hatırlatma, özel indirimler, lansman tarihleri gibi çeşitli yöntemlerle kendi solo reklamlarınızı oluşturarak bundan faydalanabilirsiniz.
- **Satış Ortaklığı Pazarlaması:** Eğer kendi ürün veya hizmetleriniz yoksa, her zaman başka birinin ürün veya hizmetlerini satmayı deneyebilirsiniz. Bağlı kuruluş pazarlaması, başka birinin ürünlerini satıp bu satışlardan komisyon almayı içerdiği için oldukça basit bir yöntemdir.





E-POSTA METİN YAZARLIĞI

E-posta Metin Yazarlığı

E-posta metin yazarlığında en büyük hata, hedef kitlenin ihtiyaçlarını göz ardı etmektir. Kişiselleştirilmiş içerikler, etkisiz kampanyalara neden olur.

Konu Satırını Etkili Kılın: Bir sonraki konu satırınızı seçerken dikkate almanız gereken bazı faktörler bulunmaktadır:

- **Uzunluk:** Çalışmalar, altı ila on kelime arasındaki kısa konu satırlarının en iyi açılma oranlarına sahip olduğunu gösteriyor. Bu, çoğu insanın e-postaları mobil cihazlarda okuduğu gerçeğiyle ilgili olabilir. Konu satırınızın uzun olması, tarayıcıda iyi görünebilir ancak mobil kullanıcılar içeriğin tamamını göremeyebilir ve bu nedenle tıklamayabilirler.
- **3. Kelime Seçimi:** Konu satırınızda eylem odaklı kelimeler kullanmak önemlidir. Abonelerin, e-postayı açmadan önce neler yapmaları gerektiğini anlamalarına yardımcı olur. "Hemen harekete geçin", "bunu hak ettiniz" veya "kaçırmayın" gibi ifadelerle aciliyet hissi yaratabilirsiniz
- **4. Kişiselleştirme:** "Kime" ve "kimden" alanlarında gerçek kişilerin adlarını kullanmak, daha yüksek açılma oranlarına yol açabilir. E-posta, kişisel bir iletişim aracıdır; bu nedenle gerçek bir kişi adından gelen bir e-posta görmek, okuyucular için daha çekici olacaktır.





E-posta Konu Satırlarını Etkin Hale Getirme İpuçları

- **Önizleme metnini unutmayın:** Söz verdiğiniz şeyi başlıkta vaat ettiyseniz, bu vaadi önizleme metninde yerine getirmek önemlidir.
- **Kişiselleştirin:** Heyecan verici bilgileri paylaşın ve istediklerinizi net bir şekilde açıklayın.
- **İletişimi Sürdürün:** E-posta, doğası gereği özel ve kişisel bir iletişim aracıdır. Okuyucularınıza kişisel bir yaklaşım benimsemek, iletişiminizin daha etkili olmasını sağlar.
- **Endüstri Argosundan Kaçının:** Sizin sektörünüz hakkındaki derin bilginizi göstermek için yazmıyorsunuz. Karmaşık terimlerden kaçınin ve gerçek insanların anlayabileceği dil kullanın.
- **Kelimelerinizi İyi Seçin:** Konuşma tonunuza uygun olarak, e-posta metni içinde "siz" ve "sizin" kelimelerini bolca kullanın. Böylece okuyucularınızın e-postanın onlarla ilgilendiğini anlamalarını sağlarsınız.
- **Kısa ve Öz Olun:** Doğrudan konuya odaklanın. Abonelerinize ne sunabileceğinizi, nasıl yardımcı olabileceğinizi ve onlardan ne yapmalarını istediğinizi net bir şekilde ifade edin.
- **Alakalı İçerik Sağlayın:** Abone listenizi geçmiş tercihlerine, demografik özelliklere ve ilgi alanlarına göre segmentlere ayırın. Hedef kitlenizi tanımak, e-posta metni yazımını kolaylaştıracaktır.
- **Basit Bir Harekete Geçirici Ekleyin:** Metninizi basit tutun ve okuyucularınızın ne yapmasını istediğinizi belirten net bir çağrıya sahip olun. Komplikeliklere girmeyin; okuyucularınızın vakti kısıtlıdır.

E-posta konu satırlarını etkin hale getirme konusunda yapılan en büyük hata, ilgi çekici ve açıklayıcı başlıklar oluşturmamaktır. Dikkat çekmeyen veya belirsiz başlıklar, e-postaların göz ardı edilmesine neden olur.



E-POSTA PAZARLAMADA KAMPANYA

Kampanya

- **Trafik Artırıcı E-posta Pazarlama Kampanyaları:** Web sitenizin sayfalarına daha fazla tıklama çekme. Bu, sadece yönlendirme trafiğinizi artırmakla kalmaz, aynı zamanda zaten ilgi göstermiş ziyaretçileri de sitenize çekerek harekete geçme olasılıklarını artırır.
- **Farkındalık Yaratıcı E-posta Pazarlama Kampanyaları:** E-posta listenize katılan herkesin hemen satın alma kararı vermesi beklenemez. Onlara en uygun eğitici içerikleri sunarak akıllarında kalmanızı sağlamak için e-posta pazarlamayı kullanabilirsiniz.
- **Besleyici E-posta Pazarlama Kampanyalarını Yönlendirin:** Bu e-postalarda, alıcıları satın almaya davet etmek için daha doğrudan olabilirsiniz. "Hemen alışveriş yapın", "Hemen satın alın" veya "Sepete Ekle" gibi alışverişe yönlendiren mesajlar ekleyebilirsiniz.
- **Gelir Artırıcı E-posta Pazarlama Kampanyaları:** Mevcut müşterileriniz için ek ürünler veya hizmetler tanıtarak satışları artırabileceğiniz e-posta pazarlama kampanyaları oluşturabilirsiniz. Ayrıca, satın alma aşamasında olan potansiyel müşterileri hedefleyerek satış dönüşümü sağlayacak kampanyalar da oluşturabilirsiniz.

E-posta pazarlamada kampanya konusunda yapılan en büyük hata, hedef kitleyi doğru şekilde belirlemeden veya segmentlemekten gönderi yapmaktır.



E-POSTA PAZARLAMADA SEGMENTASYON

Segmentasyon

E-posta pazarlamada segmentasyon konusunda yapılan en büyük hata, yetersiz veya hatalı veri kullanmaktır. Yanlış gruplandırma veya eksik bilgilerle yapılan segmentasyon, mesajların yanlış kişilere ulaşmasına neden olur.

- **Demografi:** Yaş, cinsiyet, şirket pozisyonu ve gelir düzeyi, bir kişinin ihtiyaçları ve ilgi alanları hakkında size birçok bilgi verebilir.
- **Anket veya Test Sonuçları:** Demografiye göre segmentlere ayırmanın en basit yollarından biri web sitenizin formlarıdır.
- **E-posta Etkileşimi:** Listelerinizi bölümlere ayırmanın bir başka basit yolu da e-posta etkileşim istatistiklerinize bakmaktır.
- **Coğrafi alan:** Coğrafi bölgeye göre segmentasyon, özellikle konumun satın alma kararlarını büyük ölçüde etkilediği işletmeler için değerli bir araçtır.
- **Geçmiş Satın Alma İşlemleri:** Uygulaması kolay bir diğer e-posta segmentasyon stratejisi, geçmiş satın alma işlemlerine bakmaktır.
- **Harcanan Tutar:** Yüksek ve düşük maliyetli bir dizi ürün satıyorsanız harcanan miktar mükemmel bir segmentasyon stratejisi olabilir
- **Satış Hunisindeki Pozisyon:** Ayrıca hedef kitlenizin satış hunisinin neresinde olduğuna bağlı olarak müşterilerinizi segmentlere ayırabilirsiniz.
- **Web Sitesi Davranışı:** Web sitesi davranışını takip etmek, ziyaretçilerin ilgi alanları hakkında daha fazla bilgi edinmenin başka bir basit yoludur.



E-POSTA PAZARLAMADA SEGMENTASYON

Segmentasyon, hedef kitleye özel içerik sunarak müşteri memnuniyetini artırır, dönüşüm oranlarını yükseltir ve maliyetleri düşürerek pazarlama bütçesini verimli kullanmayı sağlar.

- **Son Satın Almadan Bu Yana Geçen Süre:** Onları iki ana gruba ayırın:
 1. **Sık Alıcılar:** Bir marka, en sadık olanları segmentlere ayırarak yalnızca tekrar satın alımları teşvik etmekle kalmaz, aynı zamanda en iyi müşterileriyle ilişkileri de geliştirir.
 2. **Bir Kerelik Müşteriler:** Bu grup altı ay önce ürünlerinizden birini aldı ama iade etmedi. Ya da belki eskiden sık alıcıydılar ama şebekeden düştüler.
- **Kişisel ilgi alanları:** Bu taktik biraz daha ileri düzeydedir ancak doğru araçlarla yapılması yine de oldukça basittir.
- **Terk Edilmiş Alışveriş Sepetleri:** Bu, daha az belirgin bir e-posta segmentasyon stratejisi olabilir, ancak neden müşterilerinizi alışveriş sepetini terk ederek hedeflemiyorsunuz?
- **İş Roller (B2B için):** Müşterilerinizi iş rollerine göre segmentlere ayırarak mesajlarınızı belirli bir hedef kitlenin ihtiyaçlarını karşılayacak şekilde kolayca kişiselleştirebilirsiniz.
- **Giriş noktası:** Giriş noktaları, bir müşterinin markanız veya hizmetinizle ilk etkileşime geçme biçimini ifade eder.
- **Satın alım geçmişi:** Satın alma geçmişini görüntüleyerek şunları anlayabilirsiniz:
 1. müşterilerinizin istediği
 2. en sık satın alıyorlar
 3. ihtiyaç duyabilecekleri aksesuarlar/tekrar satın almalar



Otomasyon

E-posta pazarlamada otomasyon konusunda yapılan en büyük hata, otomasyonun aşırı kullanımıdır. Otomasyonun doğru zamanlamayla dengelenmemesi, abonelerin spam hissetmelerine ve ilgilerini kaybetmelerine yol açabilir.

- E-posta Otomasyonunu Seçme Süreci: Uygun otomasyon platformunu araştırarak seçim yapma adımlarını içerir.
- E-posta Kampanyalarınızın Hedef Kitlelerini Belirleme: Kampanyanızın ulaşmak istediği kesimi belirleyerek etkili iletişim kurmayı amaçlar.
- E-posta Kampanyanızın Amaçlarını Tanımlama: Kampanyanızın neyi başarmayı hedeflediğini belirler.
- Kayıt Kriterlerini Ayarlama Adımları: Otomasyonun hangi koşullarda çalışacağını belirleyerek süreci optimize eder.
- Otomasyonlaştırılacak İş Akışlarını Belirleme: Hangi süreçlerin otomasyona geçirileceğini belirler, verimliliği artırır.
- E-posta Kampanya Elemanlarını Oluşturma: Kampanya için gerekli e-posta içeriğini ve unsurlarını oluşturur.
- E-posta Otomasyon Kurulumunu Gözden Geçirme ve Gerekirse Test Etme: Ayarların doğru olduğunu kontrol ederek gerektiğinde test eder.
- E-posta Otomasyon İş Akışını Aktif Hale Getirme ve Gelişmeleri İzleme: Otomasyonu başlatarak performansı gözlemleyip geliştirmeyi sağlar.

E-posta Otomasyonunun Avantajları:

- Daha Akıcı İş Süreçleri
- Üstün Müşteri Deneyimi
- İyileştirilmiş E-posta Segmentasyonu
- Daha Az Hata



E-POSTA PAZARLAMADA DERİNLEŞME

E-posta Pazarlama için 100'den Fazla Bilgi İstemi

- Etkili bir e-posta pazarlama stratejisi oluşturmak için en iyi uygulamalar nelerdir?
- E-posta abone listemi organik olarak nasıl büyütebilirim?
- Potansiyel müşteri oluşturmak için hangi tür e-posta kampanyaları en etkilidir?
- Etkileşimi artırmak için e-posta pazarlamamı nasıl kişiselleştirebilirim?
- E-posta açılma oranlarını iyileştirmeye yönelik bazı etkili konu satırları nelerdir?
- E-posta içeriğimi mobil cihazlar için nasıl optimize edebilirim?
- E-posta pazarlamasında izlemem gereken temel ölçümler nelerdir?
- E-postaların hemen çıkma oranlarını nasıl azaltabilirim?
- E-posta abone listemi bölümlere ayırmanın bazı etkili yolları nelerdir?
- Abonelerime ne sıklıkla e-posta göndermeliyim?
- Görsel olarak çekici e-postalar tasarlamak için en iyi uygulamalar nelerdir?
- E-posta kampanyalarımı optimize etmek için A/B testini nasıl kullanabilirim?
- Aktif olmayan aboneleri yeniden etkileşime geçirmek için bazı etkili stratejiler nelerdir?
- E-posta pazarlamamda kullanıcı tarafından oluşturulan içerikten nasıl yararlanabilirim?



E-POSTA PAZARLAMADA DERİNLEŞME

- E-postayla pazarlamaya yönelik yasal gereksinimler ve en iyi uygulamalar nelerdir?
- Potansiyel müşterileri geliştirmek ve onları satış hunisine taşımak için e-posta pazarlamayı nasıl kullanabilirim?
- E-posta aboneliği iptallerini azaltmak için bazı etkili stratejiler nelerdir?
- Sosyal medyayı e-posta pazarlama çabalarımna nasıl entegre edebilirim?
- E-posta pazarlamasında hikaye anlatımını kullanmanın bazı etkili yolları nelerdir?
- E-posta pazarlama kampanyalarımı kolaylaştırmak için otomasyondan nasıl yararlanabilirim?
- E-posta teslim edilebilirliğini artırmaya yönelik bazı etkili stratejiler nelerdir?
- Blogumu veya içeriğimi tanıtmak için e-posta pazarlamasını nasıl kullanabilirim?
- E-postalarda etkili harekete geçirici mesaj düğmeleri tasarlamak için en iyi uygulamalar nelerdir?
- Kişiselleştirme belirteçlerini e-posta kampanyalarımnda nasıl kullanabilirim?
 - E-posta abonelerini içeriğimi paylaşmaya teşvik etmenin bazı etkili yolları nelerdir?
 - E-posta pazarlamamı farklı müşteri segmentleri için nasıl optimize edebilirim?



E-POSTA PAZARLAMADA DERİNLEŞME

- E-posta yoluyla ek satış ve çapraz satış için bazı etkili stratejiler nelerdir?
- Etkinlikleri veya web seminerlerini tanıtmak için e-posta pazarlamasını nasıl kullanabilirim?
- Yeni e-posta aboneleri kazanmak için bazı etkili stratejiler nelerdir?
- Müşteri geri bildirimlerini ve içgörülerini toplamak için e-posta pazarlamayı nasıl kullanabilirim?
- E-posta kampanyalarında dinamik içeriği kullanmanın bazı etkili yolları nelerdir?
- Daha yüksek tıklama oranları için e-posta kampanyalarımı nasıl optimize edebilirim?
- Tatil sezonlarında e-posta pazarlamasından yararlanmak için bazı etkili stratejiler nelerdir?
- Terk edilmiş alışveriş sepetlerini kurtarmak için e-posta pazarlamayı nasıl kullanabilirim?
- E-posta kampanyalarında müşteri referanslarını kullanmanın bazı etkili yolları nelerdir?
- Web siteme veya açılış sayfalarıma trafik çekmek için e-posta pazarlamayı nasıl kullanabilirim?



- Müşteri sadakati oluşturmak amacıyla e-posta pazarlamasını kullanmanın etkili stratejilerinden bazıları nelerdir?
- Yeni ürün lansmanlarını tanıtmak için e-posta pazarlamasını nasıl kullanabilirim?



E-POSTA PAZARLAMADA DERİNLEŞME

- E-posta listemi müşteri davranışına göre bölümlere ayırmanın bazı etkili yolları nelerdir?
- Özel teklifler ve indirimler sağlamak için e-posta pazarlamayı nasıl kullanabilirim?
- İlgi çekici e-posta bülteni içeriği oluşturmaya yönelik bazı etkili stratejiler nelerdir?
- Hareketsiz müşterileri yeniden etkinleştirmek için e-posta pazarlamayı nasıl kullanabilirim?
- E-posta kampanyalarında müşteri verilerinden yararlanmanın bazı etkili yolları nelerdir?
- Diğer kanallardan elde edilen potansiyel müşterileri teşvik etmek için e-posta pazarlamayı nasıl kullanabilirim?
- İlgi çekici karşılama e-postaları oluşturmak için bazı etkili stratejiler nelerdir?
- Yönlendirme programlarını tanıtmak için e-posta pazarlamasını nasıl kullanabilirim?
- E-posta kampanyalarında aciliyet ve kıtlığı kullanmanın bazı etkili yolları nelerdir?
 - Daha iyi gelen kutusu yerleşimi için e-posta pazarlamamı nasıl optimize edebilirim?
 - B2B bağlamlarında e-posta pazarlamasını kullanmaya yönelik bazı etkili stratejiler nelerdir?



E-POSTA PAZARLAMADA DERİNLEŞME

- Müşteri yorumlarını ve derecelendirmelerini toplamak için e-posta pazarlamayı nasıl kullanabilirim?
- E-posta kampanyalarında etkileşimli öğeleri kullanmanın bazı etkili yolları nelerdir?
- Müşteri başarı öykülerini sergilemek için e-posta pazarlamayı nasıl kullanabilirim?
- E-ticarete e-posta pazarlamasını kullanmak için bazı etkili stratejiler nelerdir?
- Daha yüksek dönüşüm oranları için e-posta kampanyalarımı nasıl optimize edebilirim?
- E-posta pazarlamasında oyunlaştırmayı kullanmanın bazı etkili yolları nelerdir?
- Sezonluk teklifleri ve promosyonları tanıtmak için e-posta pazarlamasını nasıl kullanabilirim?
- İlgi çekici e-posta konu satırları oluşturmaya yönelik bazı etkili stratejiler nelerdir?
- Müşterileri ürünlerim veya hizmetlerim hakkında eğitmek için e-posta pazarlamayı nasıl kullanabilirim?
- E-posta kampanyalarında sosyal kanıtı kullanmanın bazı etkili yolları nelerdir?
- E-posta pazarlamamı müşteri satın alma geçmişine göre nasıl kişiselleştirebilirim?
- Etkin olmayan müşterileri kurtarmak için e-posta pazarlamasını kullanmanın bazı etkili stratejileri nelerdir?





E-POSTA PAZARLAMADA DERİNLEŞME

- İçerik pazarlamasından elde edilen olası satışları artırmak için e-posta pazarlamasını nasıl kullanabilirim?
- E-posta kampanyalarında müşteri segmentasyonunu kullanmanın bazı etkili yolları nelerdir?
- Farklı e-posta istemcilerinde daha iyi e-posta sunumu için e-posta pazarlamamı nasıl optimize edebilirim?
- Kâr amacı gütmeyen sektörde e-posta pazarlamasını kullanmaya yönelik bazı etkili stratejiler nelerdir?
- Müşteri sadakat programlarını tanıtmak için e-posta pazarlamasını nasıl kullanabilirim?
- E-posta kampanyalarında mizahı kullanmanın bazı etkili yolları nelerdir?
- Müşteri memnuniyeti hakkında geri bildirim toplamak için e-posta pazarlamayı nasıl kullanabilirim?
- Belirli sektörleri hedeflemek için e-posta pazarlamasını kullanmanın bazı etkili stratejileri nelerdir?
- Daha yüksek e-posta tıklama-açma oranları için e-posta kampanyalarımı nasıl optimize edebilirim?
- E-posta pazarlamasında davranışsal tetikleyicileri kullanmanın bazı etkili yolları nelerdir?
- İçerik yükseltmelerini veya potansiyel müşteri mıknatıslarını tanıtmak için e-posta pazarlamasını nasıl kullanabilirim?





E-POSTA PAZARLAMADA DERİNLEŞME

- Müşteri yönlendirmeleri oluşturmak için e-posta pazarlamasını kullanmanın bazı etkili stratejileri nelerdir?
- E-posta pazarlamamı coğrafi konuma göre nasıl kişiselleştirebilirim?
- E-posta kampanyalarında müşteri anketlerini kullanmanın bazı etkili yolları nelerdir?
- Sınırlı süreli teklifleri ve flaş satışları tanıtmak için e-posta pazarlamayı nasıl kullanabilirim?
- Eğitim sektöründe e-posta pazarlamasını kullanmaya yönelik bazı etkili stratejiler nelerdir?
- Daha iyi e-posta okunabilirliği ve taranabilirliği için e-posta kampanyalarımı nasıl optimize edebilirim?
- E-posta pazarlamasında sosyal medya entegrasyonunu kullanmanın bazı etkili yolları nelerdir?
- Web seminerlerini veya çevrimiçi etkinlikleri tanıtmak için e-posta pazarlamasını nasıl kullanabilirim?
- Konaklama sektöründe e-posta pazarlamasını kullanmaya yönelik bazı etkili stratejiler nelerdir?
- E-posta pazarlamamı müşteri tercihlerine göre nasıl kişiselleştirebilirim?
- E-posta kampanyalarında hikaye anlatımını kullanmanın bazı etkili yolları nelerdir?



E-POSTA PAZARLAMADA DERİNLEŞME

- Müşteri geri bildirimlerini ve referanslarını teşvik etmek için e-posta pazarlamasını nasıl kullanabilirim?
- Finans sektöründe e-posta pazarlamasını kullanmaya yönelik bazı etkili stratejiler nelerdir?
- Daha iyi e-posta aboneliğinden çıkma oranları için e-posta kampanyalarımı nasıl optimize edebilirim?
- E-posta pazarlamasında müşteri sadakati verilerini kullanmanın bazı etkili yolları nelerdir?
- Sezonluk veya tatil hediyesi rehberlerini tanıtmak için e-posta pazarlamayı nasıl kullanabilirim?
- Fitness ve sağlıklı yaşam sektöründe e-posta pazarlamasını kullanmaya yönelik bazı etkili stratejiler nelerdir?
- E-posta pazarlamamı müşteri demografisine göre nasıl kişiselleştirebilirim?
- E-posta kampanyalarında GIF'leri veya animasyonları kullanmanın bazı etkili yolları nelerdir?
- Ürün veya hizmet iyileştirmelerine ilişkin öngörü toplamak için e-posta pazarlamayı nasıl kullanabilirim?

- Emlak sektöründe e-posta pazarlamasını kullanmak için bazı etkili stratejiler nelerdir?
- Farklı cihazlarda daha iyi e-posta etkileşimi sağlamak için e-posta kampanyalarımı nasıl optimize edebilirim?



E-POSTA PAZARLAMADA DERİNLEŞME

- E-posta pazarlamasında etkileyici ortaklıklarını kullanmanın bazı etkili yolları nelerdir?
- Müşteri vaka çalışmalarını veya başarı öykülerini tanıtmak için e-posta pazarlamayı nasıl kullanabilirim?
- Seyahat ve turizm endüstrisinde e-posta pazarlamasını kullanmaya yönelik bazı etkili stratejiler nelerdir?
- E-posta pazarlamamı müşteri satın alma sıklığına göre nasıl kişiselleştirebilirim?
- E-posta kampanyalarında etkileşimli anketleri veya yoklamaları kullanmanın bazı etkili yolları nelerdir?
- Müşteri hizmetleri deneyimleri hakkında geri bildirim toplamak için e-posta pazarlamayı nasıl kullanabilirim?
- Mobil cihazlarda daha iyi e-posta etkileşimi için e-posta pazarlamamı nasıl optimize edebilirim?
- E-posta kampanyalarında segmentasyon ve kişiselleştirmeyi bir arada kullanmanın bazı etkili yolları nelerdir?
- Hedefli e-posta kampanyaları oluşturmak için kullanıcı davranışı verilerinden nasıl yararlanabilirim?
- Potansiyel müşterileri satış dönüşümlerine dönüştürmek için e-posta pazarlamasını kullanmanın etkili stratejilerinden bazıları nelerdir?
- Müşteriyi elde tutmayı teşvik etmek ve müşteri kaybını azaltmak için e-posta pazarlamasını nasıl kullanabilirim?



BAZ Girişim

İhracat Mentorunuz BAZ
Girişim, küresel pazarları
kazanmada devlet
destekleri, dijital
pazarlama ve ihracat
danışmanlığıyla yanınızda.

bazgirisim.com



+90 312 418 46 58