**如何使用电子邮件营销，利益最大化？营销电子邮件的写法？泰山之巅传媒创意工作室写作**

广告邮件不等于垃圾邮件，好的广告邮件一定要抓住宣传的重点和用户兴趣关注点的统一。有许多广告邮件实际上是用户主动订阅的，比如团购、电商网站的促销信息等。在纸质广告中，宜家的印刷品广告甚至是广大消费者争相传阅的高品质出版物。  
   说到这里，我认为好的广告邮件一定要做到如下几点：  
1、**对用户的友好问候。**广告邮件本质上还是邮件，再说直白一点，它是一封信，既然是信，就应该有信的格式和传统；  
2、**精心设计的正文内容。**仅仅把广告内容罗列出来是不够的，精心设计的HTML邮件页面是关键，文案、文字版式、图片选用、页面风格的设计都是关键要素，因为你做的是为用户精心呈现你的产品和服务，而不是电线杆上的牛皮鲜，最好能达到精良平面广告的质感，同时又具备基本的链接交互；  
3、**简明扼要。**多用图片外链，少啰嗦。信息点用图片配合嵌入图片的醒目字体进行呈现，可在一张大图或者多张图片上建立热区，让用户链接到你网站的相关页面，不要把页面上的内容直接复制到邮件中，就像宜家宣传广告不会密密麻麻写明每一种家居制品的规格和参数；  
4、**控制页面加载大小。**尽管每一个做广告的人都希望邮件内容再精美一点，图片再多一点，但是你要考虑到用户的邮件加载速度，当web登录邮箱浏览邮件时，广告邮件中的图片往往会从你网站的服务器加载，打开邮件的速度是需要测试的；  
5、**避免邮件图片等外链内容加载错误。**有的广告邮件可能当天用户查看没什么问题，但随着广告策略变化，很有可能撤换掉原有广告的图片素材链 接，导致用户加载邮件时出现图片加载失败的情况，结果整封邮件支离破碎，每一封邮件的外链素材最好能多保留一段时间，直至广告活动内容结束，当然服务器带 宽和容量允许，当然越久越好。  
6、**友好醒目的退订指示。**告知用户如何退定这个广告是首先要做的，你可以在邮件开头就明确告知用户点链接或者发送邮件到指定信箱进行退订，好广告绝不是耍流氓，而是充分考虑用户的感受。醒目的退订提醒并不见得一定会导致广告流失，反而对于用户来说是一件加分的事情。  
**7、不要使用诱骗用户点击的"标题党"邮件主题。**有许多广告邮件主题喜欢伪装成某个看似重要的亲戚朋友发来的邮件，诱骗用户点击，在web 上这样的广告可能得逞，实现可观的流量，但在邮件里这种广告只有两种后果，要么被邮箱自动过滤为垃圾邮件，要么用户将其添加为垃圾邮件。在邮件主题中鲜明 指出广告内容反而不会引起许多垃圾邮件自动过滤功能的注意，进而你的广告邮件能正常投递到用户的收件箱中。  
  
   目前想到的就这么多，想到了再补充。各位如果觉得本博客所更内容有用，关注下本博客吧，非常感谢的。个人系[泰山之巅传媒创意工作室](http://blog.sina.com.cn/zyk2050)博主nanfeng2050，2012年6月 即将大学毕业，坚持创业，太多不足之处，希望同行业博友或相关博友批评和给出建议哈，谢谢了。

    如需业务合作，百科编辑、软文写作、软文发布、百度相关词制作等网络推广业务联系QQ：897070133、谢谢了。