**电子邮件营销的十大禁忌**

电子邮件是一种公认的高效廉价的网上营销手段，然而如果不了解E-mail营销的"伦理"和游戏规则，往往会得到事与愿违的结果，甚至遭到收件人的强烈抗议。 如果你想有效地发挥E-mail营销的功能，务请留意"E-mail营销十忌"

**1.滥发邮件**

　　有专家建议，对于未经许可的电子邮件，有两条恒定的规则：第一，不要发送;第二，如果你打算只做一次，请参阅第一条执行。

　　使用电子邮件营销工具，你只能发给那些事先经过许可的人(关于如何取得收件人的许可，有许多方法，如会员制、邮件列表、新闻邮件等)。

**2.邮件没有主题或主题不明确**

　　电子邮件的主题是收件人最早可以看到的信息，邮件内容是否能引人注意，主题起到相当重要的作用。邮件主题应言简意赅，以便收件人决定是否继续阅读邮件内容。

　　有的人自作聪明地认为，别出心裁的主题更能引人注意，采用和内容毫不相干的主题，甚至故弄玄虚。

　　试举三例：

　　(1)没有主题收件人的反应：发件人是谁呀?不认识，删除邮件吧。

　　(2)主题："老朋友，你好!"收件人的反应：哪个老朋友?不认识噢，原来是广告邮件!这叫什么朋友啊，肯定是"宰熟"的那种!

　　(3)主题："回复：请帮我查找xx;收件人的反应：好象是我求你发邮件的!肯定是推销自己网站的，事实果然如此。邮件内容是："小王：你要关于xx的资料我帮你查到了，网址是http://……"明明是广告邮件，却偏偏假装是误发的邮件--蒙谁呀，你!

**3.隐藏发件人姓名**

　　这种邮件给人的感觉是发件人在做什么见不得人的事情，否则，正常的商务活动为什么害怕漏出自己的真面目呢?这样的邮件，其内容的可信度有多高 呢?还有一些邮件，把发件人写成"美国总统"、"你的朋友"、"漂亮女孩"等等，不一而足。其实，无论你怎样伪装，你的发件地址还是会被方便地查出来的。 开展网上营销活动，还是以诚信为本吧!

**4.邮件内容繁杂**

　　电子邮件宣传不同于报纸、杂志等印刷品广告，篇幅越大越能显示出企业的实力和气魄。电子邮件应力求内容简洁，用最简单的内容表达出你的诉求点， 如果必要，可以给出一个关于详细内容的链接(URL)，收件人如果有兴趣，会主动点击你链接的内容，否则，内容再多也没有价值，只能引起收件人的反感。而 且，对于那些免费邮箱的使用者来说，因为有空间容量限制，太大的邮件肯定是被删除的首选对象。

　　根据经验，每封邮件不宜超过7K字节。

**5.邮件内容采用附件形式**

　　有些发件人为图省事，将一个甚至多个不同格式的文件作为附件插入邮件内容，自己省事了，却给收件人带来很大麻烦。

　　由于每人所用的操作系统、应用软件会有所不同，附件内容未必可以被收件人打开，例如你的附件是POWERPOINT格式的文档，而我根本没有这 种处理工具，那么你的附件有什么价值呢?而且，即使有同样的应用软件，有过使用经验的人都了解，打开附件毕竟是件麻烦的事，尤其对于自己不甚感兴趣的邮 件，才懒得打开它呢!所以，最好采用纯文本格式的文档，把内容尽量安排在邮件的正文部分，除非插入图片、声音等资料，请不要使用附件!

**6.发送频率过于频繁**

　　研究表明，同样内容的邮件，每个月发送2-3次为宜。

　　不要错误地认为，发送频率越高，收件人的印象就越深。过于频繁的邮件轰炸，只会让人厌烦，如果一周重复发送几封同样的邮件，你肯定会被列入"黑名单"，这样，你便永远失去了那些潜在客户，你的E-mail营销计划只能是赔钱赚吆喝。

**7.没有目标定位**

　　也许你的邮件地址是从网上收集的，也许是从他人手中买来的，或者是根据某种"规律"推断出来的，总之，得到这些"资源"后，也不管(实际上也无法知道)是不是自己的目标受众，只管不加区分地发送垃圾邮件，这样的"营销"有效果才怪呢![速途网](http://sootoo.com)

**8.邮件格式混乱**

　　虽然说电子邮件没有统一的格式，但作为一封商业函件，至少应该参考普通商务信件的格式，包括对收件人的称呼、邮件正文、发件人签名等因素。我们 时常可以见到这样的电子邮件：我公司是生产xxx的企业，质量上乘，价格优惠，欢迎选购。这样的邮件(倒是够短小了)，至少可以理解为对收件人不够尊重， 如果你收到这样的邮件，会购买对方的产品吗?

**9.不及时回复邮件**

　　评价E-mail营销成效的标志之一是顾客反应率，有客户回应，当然是件好事，理应及时回复发件人。然而并非每个公司都能做到这一点。可以想 象，一个潜在客户给你发出了一封关于产品的询问，一定在急切地等待回音，如果等了两天还没有结果，他一定不会再有耐心等待下去，说不定早就成了你的竞争对 手的客户。

**10.对主动来信的顾客抬高价格**

　　打开收件箱，发现有一封顾客主动发来的订购函，如果你认为顾客是选定了你的产品，可以对其索要高价，那你就大错特错了!因为在互联网这个开放的 大市场里，同类产品的供应者总是很多，一般来说，顾客会同时向多个厂家发出同样的询问信件，他会对比各家产品的性能和价格，如果你的报价偏高，你绝对争取 不到这个客户!速途网

　　相对于面对面报价，通过E-mail报价相当被动，发出的邮件无法改变，又无法探听到竞争者的价格状况，你更不可能看顾客的反应灵活报价。所以，为顾客提供最优质的产品、最低廉的价格才是取得成功的唯一法宝。