

Pitch email checklist: daftar substansi email kerja sama B2B yang ideal



Membahas lebih lanjut dari artikel sebelumnya terkait email penawaran, kali ini saya akan berikan Anda panduan bagaimana merancang email penawaran yang ideal. Ideal isinya, ideal pula untuk mewujudkan kesepakatan. Sebelum Anda memutuskan mengirim email, checklist berikut ini perlu Anda periksa kembali dan pastikan tidak ada yang terlewat.

Apakah subjek email Anda sudah menarik?

Sepertinya sepele, tapi ini bisa jadi kunci berhasil tidaknya email kerja sama Anda. Semenarik apapun isi email penawaran, jika tidak dibuka maka sama saja tidak berguna. Jadi, subjek yang menarik menjadi cukup vital. Kesuksesan Anda berawal dari sini.



Create subject lines
that are between **45 and 65 characters long.**

Berikut ada beberapa referensi subjek email yang menarik untuk dicoba:

- **Berbasis statistik.** Menggunakan data dan statistik adalah salah satu jenis subjek yang paling berhasil. Contoh: 76% pertanyaan terkait PMS (penyakit menular seksual) India di Yahoo didasarkan pada AIDS & HIV
- **Judul konten.** Menggunakan judul konten adalah pendekatan yang paling sederhana, namun pastikan dulu judul konten Anda benar-benar menarik. Contoh: 19.558 Yahoo Questions berkaitan dengan PMS
- **Kesenjangan informasi.** Menggunakan sebuah pertanyaan yang membuat orang penasaran juga dapat dijadikan taktik dalam subjek email. Orang akan cenderung membuka email jika penasaran dengan isi di dalamnya. Contoh: Negara mana yang paling banyak mengajukan pertanyaan terkait PMS di Yahoo Answers?
- **Personalisasi** Subjek jenis ini sepenuhnya didasarkan pada informasi pribadi target Anda. Pelajari latar belakang dan jenis konten seperti apa yang diminati. Kemudian sesuaikan subjek Anda dengan data tersebut.

Apakah email singkat Anda masih efektif?

Yang perlu diingat, publisher tidak punya banyak waktu untuk membaca satu per satu email penawaran yang masuk. Apalagi jika isi email sangat panjang. Anda perlu mempersingkat penawaran Anda. Buang yang tidak perlu. Namun, pastikan bahwa email tersebut masih cukup efektif untuk menarik minat publisher.

Menurut sebuah survei eksklusif yang dilakukan terhadap 1.300 publisher, sekitar 50% responden mengatakan bahwa mereka lebih menyukai email yang terdiri antara 100 hingga 200 kata. Tantangan untuk Anda ialah membuat pesan singkat ini tetap menarik dan efektif untuk mencapai kesepakatan. Tapi tetap ingat bahwa email Anda perlu memuat hal-hal ini:



Personalized intro (even if it's just a sentence or two)



Brief explanation of the project and its goal



Bullet list of the most compelling insights and takeaways



Call to action

Apakah penawaran Anda mengandung unsur cerita?

Sayangnya, orang tidak bisa langsung tertarik pada poin-poin yang Anda jabarkan. Anda perlu memasukkan mereka ke dalam sebuah cerita penawaran dan menjadi bagian di dalamnya. Coba simak beberapa pertanyaan ini dan pastikan Anda dapat memberikan jawaban yang menarik dalam email penawaran yang dibuat:

- Apa ceritanya?
- Mengapa orang tertarik dengan hal ini?
- Seperti apa emosi yang ditimbulkan, dan mengapa?

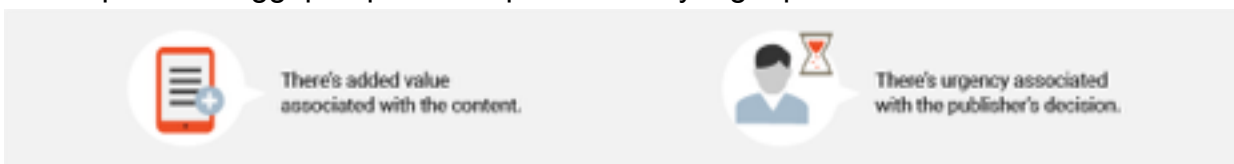
Jika Anda berhasil memasukkan jawaban atas pertanyaan-pertanyaan ini, maka kemungkinan besar Anda dapat menarik minat penulis atau editor.

Apakah penawaran Anda memiliki ajakan bertindak yang tepat?

Setelah sebuah email penawaran yang menarik selesai disusun, jangan lupa untuk menanyakan apakah publisher tertarik pada konten yang Anda tawarkan di bagian akhir. Ini penting untuk mendapatkan timbal balik yang jelas dari mereka.

Pertimbangkan pula untuk menawarkan konten secara eksklusif kepada publisher. Artinya, mereka mendapat keuntungan karena berkesempatan menjadi yang pertama meliput konten Anda. Ini adalah nilai plus untuk menarik minat publisher dan mencapai kesepakatan bisnis.

Terakhir, perhatikan tata bahasa yang Anda gunakan dan ingat dua poin ini untuk mendapatkan tanggapan publisher pada waktu yang tepat:



Source:

<http://www.frac.tl/pitch-email-checklist/>

<https://www.pexels.com/>