

[illegible]

Manajemen. Semua upaya yang telah dilakukan dan hasil yang didapat perlu dikelola dengan baik. Tujuannya? Agar semua menjadi rapi dan lebih mudah dikembangkan. Sebuah analogi menggambarkan bahwa mengirim sebuah email ibarat “bertamu” ke rumah orang. Jadi, apa yang pertama perlu kita lakukan?

Anda perlu ingat bahwa tidak semua orang merasa senang ketika mendapat email dari sebuah perusahaan. Beberapa di antaranya malah justru terganggu. Maka tahap pertama yang perlu Anda lakukan yaitu meminta izin. Coba bayangkan, jika Anda mendapat sebuah penawaran dari perusahaan, bagaimana reaksi Anda?

- Apa untungnya jika saya memberikan email?
- Apakah saya akan mendapat diskon?

- Apakah saya hanya akan di-spam?
- Seberapa sering Anda akan mengirimkan email ke saya?

Banyak faktor yang mempengaruhi apakah seorang pelanggan bersedia menerima penawaran. Untuk itu, Anda perlu cara yang sedikit kreatif. Bagaimana caranya? Ada yang hanya menawarkan update pemberitahuan produk baru, ada pula yang menawarkan produk gratis seperti ini:

FREE catalog and e-mail sign up



Since its debut in 1974, the Crutchfield catalog has set the standard for accurate, helpful presentations of electronics.

[Sign me up for the free catalog](#)

E-mail me exclusive offers, the latest deals and expert reviews





Dan ada yang menggunakan trik jitu nan menarik dan “tidak biasa” untuk memperoleh izin mengakses email seperti ini:

6 WAYS TO CHANGE THE WORLD

FREE EMAIL SERIES

You'll also receive updates when I post to the site every Monday and Thursday.

NAME:

EMAIL:

Your email address will never be shared, and you can opt-out at the touch of a button.

Penawaran tepat dan gunakan autoresponder

Ketika izin telah didapatkan, langkah selanjutnya bisa menjadi “kunci” keberhasilan atau kegagalan Anda. Yang pertama selalu berkesan, ungkapkan ini ada benarnya. Jika penawaran pertama yang Anda lakukan tidak tepat, maka izin yang telah didapatkan bisa jadi akan ditarik kembali. Nah, untuk melakukan penawaran yang tepat ini Anda perlu memeriksa riwayat pembelian mereka. Kemudian tawarkan produk sesuai minat pembeli.

Yang terpenting setelah itu, jangan sampai kehilangan kepercayaan pelanggan. Memang, Anda tidak hanya mengirim email marketing pada satu atau dua orang. Tetapi, semua pelanggan ingin mendapatkan pelayanan yang sama. Tidak peduli sesibuk apapun Anda, pelanggan selalu ingin jadi prioritas.

Autoresponder bisa jadi solusinya. Buat para pelanggan merasa selalu dilayani kapanpun mereka mau. Ingat, pelanggan selalu menginginkan respon yang cepat. Tidak mungkin menyuruh mereka menunggu sampai Anda tidak sibuk.

Analisis dan segmentasi

Terakhir namun tidak kalah pentingnya, melakukan analisis terhadap data yang telah diperoleh. Semua aspek harus “ter-cover”. Mulai dengan seberapa tertarik audien dengan penawaran Anda, atautkah tidak tertarik? Bagian mana yang membuat mereka tidak tertarik? Apakah email autoresponder? Atau bagian penawaran produk? Atau bahkan sama sekali tidak tertarik? Anda perlu memetakan semuanya untuk mengetahui apa yang salah dan perlu diperbaiki.

Contoh sederhana berikut ini mungkin bisa menjadi referensi Anda. Ini adalah statistik dari hasil analisis yang dilakukan oleh AWeber:

Opens Over Time

Number of opens over the past 30 days for all lists.



Setelah analisis dilakukan, terakhir Anda perlu adanya segmentasi pasar. Singkatnya, segmentasi adalah langkah “pengelompokan” audien ke dalam kelompok-kelompok yang lebih spesifik. Gunanya? Agar strategi penawaran Anda lebih “tertarget” dan efisien. Karena semua orang tidak mungkin memiliki kebutuhan yang sama. Contoh segmentasi pasar, misalnya seperti ini:

- Daftar Pelanggan (diambil berdasarkan daftar prospek)
- Pembaruan Produk (diambil berdasarkan daftar pelanggan)
- Daftar Email Harian (diambil dari daftar email mingguan atau bulanan)

Intinya, segmentasi memudahkan Anda untuk melakukan “kerja cerdas”. Tidak perlu melakukan sesuatu yang tidak dibutuhkan. Strategi yang tepat, untuk orang yang tepat, dan di waktu yang tepat. Semakin efisien, semakin baik. Anda punya pertanyaan? Silakan tulis di kolom komentar.

Source:

<https://blog.kissmetrics.com/beginners-guide-email-marketing/>

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