





















Actionable newsletters: trik email marketing yang pasti dibuka dan di-klik customer



Email newsletter menjadi taktik yang tak boleh tertinggal. Bisa jadi, channel pemasaran daring yang paling efektif bagi bisnis Anda melalui surel. Sayangnya, sedikit sekali yang mau mengoptimalkan jenis pemasaran ini. Padahal, potensinya teramat besar.

DEVICE & EMAIL CLIENT USAGE (by Industry)

Device/Email Client Usage	Webmail	Mobile	Desktop
 Overall	29%	49%	22%
 Automobiles & Transportation	29%	52%	19%
 Banks & Financial Services	39%	36%	24%
 Computer Hardware & Telecommunications	42%	28%	31%
 Computer Software & Online Services	23%	33%	45%
 Consumer Products	29%	45%	26%
 Consumer Services	24%	51%	25%
 Corporate Services	24%	52%	23%
 Food Service, Sports & Entertainment	29%	57%	14%
 Hospitals, Healthcare & Biotech	17%	55%	28%
 Industrial Manufacturing & Utilities	25%	42%	32%
 Insurance	33%	39%	27%
 Lodging, Travel Agencies & Services	39%	41%	19%
 Marketing Agencies & Services	28%	54%	18%
 Media & Publishing	30%	51%	19%
 Nonprofits, Associations & Government	28%	45%	27%
 Real Estate, Construction & Building Products	25%	49%	26%
 Retail & Ecommerce	28%	49%	23%
 Schools & Education	37%	41%	22%

 Highest in category

Seperti ilustrasi di atas, penggunaan surel di berbagai bidang bisnis sudah mulai marak. Potensi ini akan semakin apik apabila para pemasar digital advertising mampu memastikan setiap email dibuka dan diklik oleh penerima. Untuk melakukannya, cermati beberapa hal ini:

Pastikan bahwa penerima memang ingin menerima surel

Proses filter perlu dilakukan sejak awal. Jangan merasa bangga dengan jumlah subscriber email yang banyak. Bisa jadi, itu hanya merupakan "masa depan" semu. Coba pastikan kembali penerima email mana yang benar-benar tertarik dengan surel pemasaran dari Anda. Salah satunya dengan cara ini:

HubSpot Sales: +1 857 829 5060

Subscribe to HubSpot's Marketing Blog

Stay on Top of the Latest Marketing Tips, Trends, and Best Practices

Join our community of over 300,000 marketers and business owners and subscribe to [HubSpot's Marketing Blog](#) to receive great marketing content delivered right to your inbox.

HubSpot's Marketing Blog covers everything you need to become a marketing master. Topics include SEO, blogging, social media, lead generation, email marketing, lead management, analytics, and more. Get articles like these and more when you subscribe:

- 12 Things You Should Be Using Your Blog For (Besides Blogging)
- The Ultimate Cheat Sheet for Mastering LinkedIn
- The 6 Marketing Metrics Your CEO Actually Cares About

[The Ultimate Cheat Sheet for Mastering LinkedIn](#)

Subscribe via Email

Email address ([privacy policy](#))*

Email Notification Frequency*

☐ daily

☐ weekly

Subscribe

Complete the Form to Subscribe by Email Today

[Or subscribe via RSS.](#)

Tentu, mereka yang ingin menerima email pemasaran pasti akan mendaftar melalui form sederhana tersebut. Kenapa perlu melakukan ini? Cara ini dipakai untuk meningkatkan skor open rate email. Semakin serampangan dalam mengirim email, semakin rendah skor open rate email.

Buat email serasa personal surel

Buat serasa email personal, bukan email penawaran. Ini sudah wajar dilakukan, tetapi belum familiar bagi pemasaran di tanah air. Email personal merupakan email pribadi yang substansi lebih ke perihal hubungan antara penerima dan pengirim. Misalnya seperti, Anda dan karyawan Anda atau Anda dengan sahabat Anda.

Tidak main-main, statistik menunjukkan bahwa email pemasaran dengan taktik "personalisasi" ini memperoleh skor peningkatan open rate hingga 50%. Selain itu, perihal efektivitasnya pun cukup positif.



Lalu, bagaimana membuat surel pemasaran terasa email personal? Caranya dengan mengubah perspektif. Subjek email hingga konten di body email dibuat senatural mungkin (serupa email personal). Jangan terlalu banyak memakai html dan css format. Cukup email "apa adanya" saja dengan disertai substansi pesan berisi storytelling.

Jangan lagi menggunakan subjek email yang "membosankan"

Menyambung email personal sebelumnya, subjek adalah elemen paling berperan dalam skor open rate. Perlu diketahui bahwa....



Yap, perihal subjek email jangan lagi menggunakan template yang membosankan. Misalnya seperti ini:

- Newsletter Juni
- Weekly Update
- Pesan dari Company XYZ

Itu semua akan terabaikan secara alamiah. Atensi adalah kunci untuk memenangkan pertarungan strategi pemasaran digital. Anda perlu jeli dan konsisten dalam berinovasi. Di dalam hal ini, tat tulis dan sudut pandang harus lebih fresh.

Bagaimana cara membuat subjek email yang menarik?

Abaikan pattern lama, buat seperti sedang menulis headline berita atau majalah. Yang terpenting, jangan terlalu panjang dan fokus tujuan atau substansi email.

Setiap surel wajib memiliki fokus yang jelas

Fokus perlu ditekankan. Jangan sampai Anda kehilangan momentum sehingga penerima tidak melakukan apa yang Anda harapkan. Beberapa email pemasaran dibuat untuk...

- *getting downloads*
- *selling something*
- *driving traffic to a landing page*
- *promoting an event*
- *subscribers sharing content with friends or family*

Tujuan mana yang jadi pilihan Anda? Email pemasaran perlu taktik khusus dan tidak bisa dilakukan secara sembarangan. Coba lihat ini:



Navigating through roadblocks: A design challenge.

What's it like to design the future of Boston's transit? Join us this Wednesday, June 29, at our Design in Motion panel event to find out. We've tasked some of Boston's top creatives with tackling a design challenge surrounding transportation and the Boston 2030 vision, similar to the ones they face on a daily basis in their work. Stop by our campus to hear their unique approaches to designing experiences people love, and learn how you can apply these strategies to your own projects.

RSVP: Design in Motion



Celebrate Boston with GA and WeWork.

Join us and our friends at WeWork for Made in Boston — an evening dedicated to showcasing the homegrown makers and startups that drive our city forward. This Thursday, June 30, hear from locals at startups like Gatsby and East Coast Product about what being homegrown means to them, and get inspired to create something yourself.

Go to Made in Boston

Ada tujuan jelas tersemat di dalam email tersebut yaitu bergabung ke event offline. Proses perencanaan email pemasaran akan lebih baik bila diserahkan pada mereka

yang berpengalaman. Saya bersedia membantu Anda untuk memasarkan bisnis melalui email marketing (newsletter). Hubungi saya di halaman ini untuk informasi lebih lanjut.

Source:

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

<https://coschedule.com/blog/email-subject-lines/>

<https://www.emailmonday.com/mobile-email-usage-statistics/>

<https://www.quicksprout.com/2018/01/17/how-to-write-an-actionable-email-newsletter/>