



De 10 største grunnene for at nettopp *du* bør drive med epostmarkedsføring

1) Epostmarkedsføring er billig

Epostmarkedsføring har en lav kostnad sammenlignet med all annen markedsføring. Dessuten har epostmarkedsføring ifølge amerikanske undersøkelser en høy avkastning, de siste tallene viser en avkastning på 41 USD per dollar investert, høyest avkastning av alle former for markedsføring, online som offline

2) Høye responsrater

I snitt åpnes 27% av alle eposter, I underkant av 10% av alle mottakere klikker på en eller flere linker i eposten. Vanlige rater for DM-utsendelser ligger på under 1%. For annen annonsering som merkevareannonsering eller annen online annonsering finnes det ikke eksakte målinger.

3) Epostmarkedsføring er svært enkelt å gjøre

Med flotte ferdiglagde maler er det eneste som skal til å skrive tekst og finne passende bilder. Om en velger å få lagd en egen tilpasset mal gjøres dette i all hovedsak ved første utsendelse, nye utsendelser går hurtig og smidig basert på denne malen. Å lage nyhetsbrev er som å skrive inn tekst i et tekstbehandlingsprogram.

4) Rask respons på utsendelsen

Umiddelbar trafikkøkning på websider viser effekten med en gang. De fleste åpner epostene sine raskt og klikker på de linker de finner interessante.

5) Suveren rapportering ved bruk av profesjonelle verktøy

Et fantastisk rapporteringsverktøy gir kontinuerlig oversikt over hvor mange av epostene som kommer fram, hvor mange som blir åpnet, hvilke linker som klikkes og om det resulterer i salg eller andre henvendelser. Dette gir et effektivt verktøy for å kontakte kunder, full oversikt over hvem som har åpnet, hvem som har klikket på linker. Informasjonen kan kombineres slik at neste kampanje kan målrettes enda mer.

6) Umiddelbar utsendelse

Ingen trykkesetid, sen postgang eller annet å vente på. Når tekst og bilder er klare er det bare å sende ut. Dermed er man mindre avhengig av andre internt eller eksternt – når du er klar er kampanjen klar

7) Bygger merkevareverdi

Alle som har gitt sitt positive samtykke har brand awareness, dette gir dokumenterbar verdi av merkevaren, antall aktive positive mottakere er konkret

8) Personlig og målrettet

Epostene kan tilpasses navn etc for å gi et personlig preg på epostene. Kundene har selv ønsket å få informasjonen, de er åpne for å lese det de får.

9) Muliggjør "word-of-mouth"

Epostene kan inneholde funksjonalitet for videresending til andre, bokmerking, spre via sosiale medier etc. Avsender kan følge med på hvem som videresender og hvem som mottar eposten.

10) Du treffer kunden

All annen markedsføring risikerer å ikke treffe kunden, fordi posten leses av sekretæren eller fordi telefonen tas av assistenten. Henvendelsen er ikke så påtrengende som et brev eller en telefon, mottaker avgjør selv om det passer akkurat nå eller senere, derfor blir terskelen for å lese lavere