



Email marketing v CeSYSu

CeSYS manuál pro uživatele

Úvod

CeSYS vám poskytuje celou řadu nástrojů a funkcí pro zjednodušení provizního prodeje. Jedním z nich je nástroj „Newsletter“, umožňující tvorbu emailových zpráv s marketingovými sděleními, které lze automaticky rozesílat hromadně vašim potenciálním zákazníkům. V tomto manuálu naleznete základní informace o emailovém marketingu. Ukážeme si, jak budovat zdravý mailing list, a jak vytvářet newslettery, které mají šanci skutečně oslovit vaše potenciální klienty . Obecně si ukážeme, jak s emailingem nakládat tak, aby jste odesílali cílené marketingové sdělení, místo „odpalování“ spamových náloží napříč internetem. Email marketing vám může pomoci efektivně získávat nové zákazníky nebo udržovat portfolio zákazníků stávajících.

Pokud zde nenajdete odpovědi na vaše dotazy zde, jsme vám k dispozici na naší hotline podpoře. Rádi vám pomůžeme.

Jak budovat mailinglist

Kvalitní mailing list (emailové adresy na které odesíláte vaše marketingová sdělení) je základem celého email marketingu. Jak ale takový list vytvořit? Možností je více, ale ne všechny jsou úplně „ok“, ač na první pohled představují rychlý způsob, jak získat velký počet emailových adres bez velké námahy. Ještě před tím, než pošlete do světa svůj první newsletter, přečtěte si jak na to. Nejprve si ukážeme některé problematické techniky a poté si projdeme pár tipů, jak začít s budováním kvalitního listu zákazníků.

Chyba: Nemám povolení od příjemce

Pokud chcete odeslat marketingové sdělení emailem, měli byste mít povolení od všech příjemců, kterým ho budete posílat. Pokud jste si teď řekli, „Ale co když ...“, pak raději nic neposílejte, protože nemáte povolení. Povolení znamená, že lidé od vás chtějí vaše marketingová sdělení dostávat. Investujte nejprve svůj čas do vytvoření takového listu zákazníků. Ve výsledku zjistíte, že nikoho nenaštve, většina emailů bude doručena tomu komu chcete, nevystavíte se zbytečným právním postihům a co je nejdůležitější – efektivita vašich newsletterů vám vynahradí čas a úsilí potřebný k jeho vytvoření.

Chyba: Předpokládám, že ode mě chtějí dostávat emaily

Mezi marketingovým sdělením (např. nabídkou) zaslanou jedním člověkem druhému a marketingovým sdělením, které pošlete na tisíce různých adres je velký rozdíl. Říkáte si, že jsou to většinou lidé, kteří by přece mohli mít zájem o mojí nabídku? Mám spoustu kontaktů z různých akcí nebo si prostě emaily

koupím? Omyl, většina emailů skončí v přihrádce spam.

Chyba: Předpokládám, že ví, kdo jsem

Máte také ve vašem poštovním klientovi (Outlook atd.) seznam emailových adres, které jste nashromáždili možná za několik let, kdy svůj email používáte a teď jste je všechny nahráli do adresáře v Newsletteru v administraci vašeho CeSYSu? Zatím jste ale žádný newsletter neodeslali a teď je ta správná doba to udělat? Pozor na to. Mnoho kontaktů z vašeho poštovního klienta mohou být různé státní organizace, technické kontakty (podpory, hotline), lidé, kteří neví kdo jste a proč od vás dostali email s marketingovým sdělením. Zejména lidé z IT nemají rádi, když jim takové sdělení pošlete a zároveň většinou ví, jak a kde to reportovat. Registrují se vám lidé přes váš web do adresáře v Newsletteru ? Pokud odesíláte newsletter poprvé po několika měsících, lidé kteří se vám sami registrovali si vás už nemusí pamatovat a mohou váš email považovat za spam (pokud během půl roku neodešlete žádný email, je dobré odeslat email „Pamatujete si nás a chcete dostávat nadále náš mailing“)

Chyba: Koupím si emailové adresy od třetí osoby

Proč plýtvat čas a energii na budování kvalitního listu zákazníků, když si mohu jednoduše koupit adresy na internetu? Nedělejte to. Není to zřejmě právně závadné, ale zcela určitě je to hloupé. Dokud bude o podobné seznamy zájem, vaše emailová schránka bude plná spamu.

Chyba: Potřebuji „odpálit“ tisíce emailů

Nesnažte se „odpálit“ vaše marketingové sdělení v tisících emailových schránkách lidí, kteří o vaše zprávy nestojí. Místo toho budujte svůj list zákazníků, kteří o vaše marketingová sdělení mají zájem. Jak na to si ukážeme v příští kapitole.

Budujte vztah, nestřílejte od boku.

Máte webové stránky. Možná právě začínáte, možná jste na trhu už pár let, zatím jste se však nijak nevěnovali budování mailing listu. Váš web obsahuje nabídku produktů cestovních kanceláří a doplňkových služeb, které chcete nabídnout svým potenciálním zákazníkům. A teď stojíte před otázkou, kde sehnat emailové adresy svých budoucích potenciálních zákazníků. V následující části si ukážeme několik „míst“, odkud lze čerpat kvalitní kontakty do vašeho nového mailing listu.

OK: Návštěvníci vašeho webu

Místem, kde lze logicky nejjednodušším způsobem získávat potenciální zákazníky vaší cestovky je právě váš web. Pokud lidé navštěvují váš web (je jedno jestli nakonec něco koupí nebo ne), projevují zájem o služby nebo informace, které poskytujete. Aktivujte si v side-boxu přihlašovací formulář do vašeho mailing listu: [Administrace](#) → [Redakční systém](#) → [Nový obsah](#) → [Newsletter](#). Každý návštěvník vašeho webu je potenciální kontakt ve vašem mailing listu.

OK: Lidé, kteří už se jednou stali vašimi zákazníky

Lidé, kteří navštěvují váš web, ale zatím neprovedli žádnou objednávku jsou potenciální zákazníci. Mnohem hodnotnější jsou samozřejmě lidé, kteří už nějakou objednávku vytvořili, protože vyjádřili důvěru ve vaše služby a poskytli vám svoje osobní údaje. Upozorněte je na možnost vložení jejich emailové adresy do vašeho mailing listu (například v průběhu vyřizování jejich objednávky). Je to jednoduchý způsob jak obohatit mailing list o cenné kontakty s prověřenou obchodní historií.

OK: Sociální media

Sociální media (např. Facebook) se stala poměrně důležitým nástrojem získávání nových zákazníků a udržování povědomí o obchodní značce. Pokud

máte aktivní například profil vaší cestovky na Facebooku, zkuste oslovit vaše přátele nebo návštěvníky profilu s přihlášením se do vašeho mailing listu. Lze to realizovat například umístěním odkazu na titulní stránku vašeho webu, kde máte máte aktivní side-box s přihlášením do vašeho mailing listu. Alternativně lze odkazovat na stránku s registrací do Zákazníka.

OK: Offline nástroje

Fakt, že mailing list je online marketingový nástroj ještě neznamená, že je nutné sbírat kontakty pouze na internetu. Pokud provozujete vlastní kancelář nebo realizujete aktivity, kde se klienti setkávají s vaší nabídkou (např. soutěže v časopisech atd.), ptejte se, zda můžete vložit email vašich potenciálních klientů do svého mailing listu. Nezapomínejte na offline možnosti rozšiřování vašeho mailinglistu.

Anatomie dobrého newsletteru

Pokud jste se rozhodli budovat váš mailing list na základě doporučení z předchozí kapitoly nebo pokud už nějakým mailing listem disponujete, je dobré vědět, jakým způsobem „psát“ marketingová sdělení, která budete odesílat lidem ve vašem mailing listu. Podoba a obsah vašeho sdělení výrazným způsobem ovlivňuje efektivitu celého mailingu (kolik lidí si email přečte a kolik lidí klikne na odkazy v něm). Nejprve se opět podíváme na časté chyby při tvorbě newsletterů a poté si ukážeme jak to dělat lépe.

Chyba: Odesílat „omalovánky“ místo sdělení

Při tvorbě vlastního marketingového sdělení nebudte příliš „kreativní“. Moc informací zabalených do pestrobarevných grafických kreací je zbytečný luxus. Pamatujte, že lidé emaily skenují, a teprve když v nich najdou něco zajímavého, tak začnou číst. Pokud se ve vašem sdělení nevyznají, nebudou ho vůbec číst. Pamatujte také na fakt, že různí poštovní klienti (Outlook, Thunderbird, Seznam.cz, Gmail.com atd.) interpretují zdrojový kód emailů rozdílným způsobem. Toto je jeden z důvodů proč WYSIWYG editor v Newsletteru v administraci CeSYSu obsahuje jen základní formátovací nástroje.

Chyba: Psát texty jako prodavač ojetých vozů

Email je díky své dostupnosti a rozšířenosti často prvním marketingovým nástrojem, po kterém většina lidí sáhne. Zkuste si při tvorbě mailingu položit otázku „Jaké informace by mohly zaujmout moje zákazníky“. Neřešte, co by do

mailingu napsal někdo jiný nebo co se zdá dobré vám. Nepoužívejte otřepané a otravné fráze jako „SPECIÁLNÍ NABÍDKA“ nebo „LAST MINUTE ZA FANTASTICKÉ CENY“. Otevřete si ve vašem poštovním klientovi složku spam a pár emailů si projděte. Opravdu potřebujete svým zákazníkům sdělovat, že **PRÁVĚ TA VAŠE NABÍDKA JE ABSOLUTNĚ SUPER!!! :)**

Chyba: Odesílat mailing v časové tísní

Dali byste zákazníkům do ruky propagační materiály, ve kterých budou pravopisné chyby, část textu nečitelná a obrázek na pozadí bude rozmazaný? Před odesláním mailingu je dobré si vše zkontrolovat, především předmět emailu - ten většinou rozhodne, zda váš email bude vůbec otevřen - a zda jsou v něm informace rozumně poskládány a nechybí třeba kontakt na vaší agenturu.

Chyba: Odesílat mailing ze své soukromé adresy

Pozvali byste vašeho potenciálního klienta raději do kanceláře v hezké budově v centru města nebo k vám domů do ložnice? Napíšete mu vaše kontaktní informace na pivní tácek nebo mu raději dáte vizitku? To samé platí v emailovém marketingu. Neposílejte marketingová sdělení například z @seznam.cz nebo @gmail.com adres. Máte od nás webové stránky na vaší .cz doméně (většinou) a není problém vám udělat email například newsletter@vasedomena.cz. Tento email pak jednoduše nastavíte v šablonách emailů jako email „OD“.

Tipy na správně sestavený newsletter

Nyní již víte jakých chyb se raději při tvorbě mailingu vyvarovat a pojďme se podívat na pár tipů, které vám pomohou vytvořit dobrý newsletter s vaším marketingovým sdělením.

Název vaší cestovky v kolonce „OD“

Adresát vašeho newsletteru by vás měl hned identifikovat jako odesílatele. Pokud ho necháte lámat si hlavu nad tím, kdo mu email posílá, velmi pravděpodobně klikne na tlačítko „Spam“ místo aby váš email vůbec otevřel.

Relevantní předmět emailu

Dobré je vložit název vaší cestovky nebo používat jako označení mailingu „newsletter“ tak, aby adresát vždy věděl od koho email přichází a co je jeho obsahem (předmět emailu;)). Dejte si na předmětu záležet, promyslete ho, předmět je první informace, kterou bude příjemce skenovat. Nepoužívejte velká písmena, vykřičníky a další obvyklé vychytávky, které naleznete ve vašem poštovním klientovi ve složce spam. Spam filtry mohou váš email zařadit do spamu ještě dřív než to udělá jeho příjemce.

Obsah newsletteru

Volte jasnou a „tak akorát dlouhou“ formu sdělení (pokud je to možné). Adresát by měl hned pochopit, co mu chcete sdělit. Posílat „romány“ nebo naopak jednovětná sdělení s výpisem zájezdů není úplně ideální. Strukturujte informace takovým způsobem, který by vás jako adresáta motivoval k přečtení emailu a hlavně ke kliknutí například na vloženou nabídku zájezdu. Nespěchejte, vše si promyslete a připravený email zkontrolujte odesláním testovacího emailu na vaší adresu. Případné chyby opravte, vyladte nelogičnosti ve struktuře textu a doplňte chybějící informace. Odeslání mailingu je nevratný krok, zaslouží si proto vaší pozornost.

Vaše kontaktní údaje

V každém mailingu by neměly chybět vaše kontaktní údaje. Čím více jich vložíte, tím více věrohodný váš mailing bude. Určitě by neměl chybět název vaší cestovky, adresa provozovny, telefon a email.

Krátká informace o tom, proč tento newsletter dostávám

Lidé časem zapomenou, že se přihlásili k odběru vašeho newsletteru např. přes váš web a čím dál tím raději používají tlačítko „spam“ ve svých poštovních klientech. Krátká informace typu „Dostáváte tento email, protože jste se k jeho odběru přihlásili na webových stránkách XYZ“ určitě nic nezkaží.

Odkaz na odhlášení z mailinglistu

Ve všech newletterech odesílaných z CeSYSu je v dolní části automaticky umístěn odkaz vedoucí na stránku na vašem webu, kde se může adresát odhlásit z vašeho mailinglistu. Je to škoda, když se někdo odhlásí z vašeho mailinglistu. Ale je to mnohem lepší než když klikne na „tohle je spam“.

Ukázka newsletteru sestaveného v CeSYSu

Newsletter - Proveřené hotely v Egyptě pro letní dovolenou Doruženo pošta

CestovkaRelax@carelax.cz
komu: mně

Cestovka Relax

Už víte kam k moři?

Letní prázdniny se blíží a s nimi možná i vaše zasloužená dovolená. Vyraďte s přítelkyní nebo přítelem do Turecka, které i letos nabízí výborný poměr cena / kvalita. Pokud plánujete dovolenou s dětmi a chcete si opravdu odpočinout, mkněte se níže na nabídku Chorvatska s animačními programy pro děti.

<p>TURECKO</p> <p>Susesi Deluxe Resort 5* ultra all inclusive, letecky (Kofice) 34 150 Kč 8 dní 16.06.13</p>	<p>TURECKO</p> <p>Hotel Ela Quality 5* ultra all inclusive, letecky (Bratislava) 35 950 Kč 8 dní 16.06.13</p>	<p>TURECKO</p> <p>Kempinski Hotel The Dome 5* polopenze, letecky (Bratislava) 33 960 Kč 8 dní 16.06.13</p>
<p>CHORVATSKO</p> <p>Apartmány vybrané - Baška bez stravy, vlastní 3 890 Kč 8 dní 16.06.13</p>	<p>CHORVATSKO</p> <p>Hotel Ilirija 4* polopenze, vlastní 11 033 Kč 8 dní 16.06.13</p>	<p>CHORVATSKO</p> <p>Hotel Sol Aurora 4* all inclusive, vlastní 12 690 Kč 8 dní 16.06.13</p>

Proveřené hotely v Egyptě

Proveřili jsme osobně několik desítek hotelů v Egyptě, pokud tedy plánujete dovolenou u Rudého moře, doporučujeme projít si tyto hotely. Neriskujte svojí dovolenou ani peníze. [Proveřené hotely prohlížejte zde.](#)

Dárek ke každé dovolené

Ke každé dovolené, kterou u nás objednáte dostanete dárek v podobě - nové chladící tašky pro vaše nápoje a potraviny: CeSYS Cooling Master. Věříme, že vám přijde na vaší dovolené vhod :)

Cestovka Relax

ul. Karla Vodháněla 563, 511 01, Turnov, IČ: 55685531

Telefon: 490 263 324, Email: cestovka@relax.cz, WWW: www.cestovka-relax.cz

... s vámi již od roku 1991

Pro odhlášení newsletteru klikněte [zde](#).

CeSYS Hotline

podpora

Pokud jste dočetli až sem a stále máte otázky jsem vám k dispozici na naší [hotline podpoře](#), která je k dispozici ve všední dny od 8 do 16 hodin.

Alternativně lze zkusit vyhledat odpověď v CeSYS manuálu, který naleznete v administraci vašeho CeSYSu.