

第 5 章

跨境电子商务邮件营销

知识导读

作为跨境电子商务卖家,每天都要不断提高站内流量,随着行业竞争越来越激烈,站内广告成本也水涨船高,因此,站外推广引流是目前每一位电子商务卖家都面临的难题。下面分享一种精准高效的站外引流方式——邮件营销(EDM)。因为海外用户在日常工作和生活中更倾向于使用电子邮件,所以邮件营销也更适合跨境电子商务行业,卖家可以利用电子邮件对买家进行精准营销。

学习目标

- 了解邮件营销的概念
- 了解邮件营销的原理
- 了解高效邮件营销的方法

能力目标

- 熟练掌握邮件营销全球客户开发
- 掌握高效邮件营销的方法
- 掌握推广邮件营销成效的技巧

5.1 EDM 客户开发

电子直邮(EDM)也称电子邮件营销,是一种能够促进公司销售的网络营销管理手段,指企业向目标客户发送 EDM 邮件,建立沟通渠道,向目标客户直接传达相关数据信息。

将近 40 亿人定期使用 EDM,EDM 已经以某种形式存在了几十年。如果 EDM 对业务如此重要,那为什么会有这么多的 EDM 都是垃圾邮件呢?答案是虽然很多企

业都做 EDM,但很少有人能够正确执行。

5.2 高效 EDM 营销

尽管社交媒体和即时信息已成为热门趋势,但电子邮件仍然是当今强大的线上通信平台之一,电子邮件的营销转化率远高于社交媒体营销和搜索引擎营销的总和。

然而,每个人的收件箱中都长期充斥着优惠、促销、新闻和活动推广邮件,这使得企业消息难以从中突围。下面介绍提高营销转化率的 3 种方法。

1. 简单为主

创建成功的电子邮件营销活动的第一步是准确了解想要达成的目标。电子邮件应表达主旨,同时尽可能简洁。包含大量信息的电子邮件不太可能引起用户的注意,人们一般只会阅读邮件中约 20% 的文字。

为了解决这个问题,需要一段精简而有吸引力的内容。不要使用太长的段落或句子,而是用副标题和小标题等帮助用户更容易地阅读文章。

为了使行动呼吁变得明显,可以在电子邮件中添加一个明确并有号召力的按钮或网页链接,并确保所有链接均指向同一个位置。

2. 主题引人入胜

47% 的收件人会根据主题决定是否打开电子邮件。一个引人入胜的主题是重中之重,它能促使收件人打开并阅读邮件。

电子邮件的主题必须同时达到几个目的:激发收件人的兴趣;传达电子邮件的主旨;反映品牌的个性;促使收件人采取行动。可以从以下几个角度设计主题。

(1) 营造紧迫感。

主题包含“紧急”“重要”“限定”等词语。

示例:“[周末限定]售罄之前请立即行动”

(2) 引起收件人的好奇。

在主题中提出一个问题,并设定只能通过打开电子邮件回答。

示例:“你的美容问题解决了么?”

(3) 重新定位客户。

提醒收件人尚未完成某项操作。

示例:“你的购物车中的商品正在降价”

需要注意的是,要确保主题与电子邮件的内容互相关联,千万不要撰写一些具有误导性的主题来吸引订阅者。

3. 兼容移动设备

兼容移动设备的浏览习惯非常重要。88%的用户会在手机上查看电子邮件,如果未能针对移动设备进行优化,则将失去多数受众群体。

在为移动设备创建电子邮件时,主题应简短。个人计算机上的电子邮件主题可以显示大约 60 个字符,而移动设备只能显示约 30 个字符。

5.3 EDM 推广技巧

1. 加强个性化服务

在崇尚个性化的时代,消费者希望自己被视为具有个性的个体,而不是千篇一律的普通人。既然 EDM 已经瞄准了目标受众,营销人员就应通过消费者数据跟踪技术,根据消费者的喜好定制电子邮件的内容。

2. 增强信息相关性

部分 EDM 专门研究不同类型的客户在网络上的活动,例如向客户发送未完成交易的提醒邮件,以及向长期发展客户发送感谢最近购物的邮件等,这些都是企业通过分析客户的兴趣和行为而设定的 EDM 内容。

3. 印象深刻的内容

过去,EDM 充满了陈词滥调,现在的 EDM 已摆脱以往公式化的设计和语调,发展出一套人工智能式的独有风格。

4. 适用于手机的主题

当下,几乎所有的电子商务邮件系统都可以在手机上浏览。当用户打开电子邮件时,需要通过简单的电子邮件主题让用户知道更多的信息。

5. 掌握发送的频率

众所周知,不断发送重复信息会让用户感到反感,但发送得太少又会让用户逐渐忘记你的品牌。因此,要把握好发送电子邮件的频率。

6. 信息内容尽量简短

信息过长会降低收件人的阅读欲望,过短则不能传达完整的信息。因此,要控制

信息内容的长度,可以通过 A/B 测试进行对比。

7. 设计 A/B 测试邮件

定期采用 A/B 测试可以有效提高电子邮件的发送成功率。通过分析大量的测试数据能够发现特定的模式,从而改进 EDM 策略。