

## ۷ تصور غلط در نوشتن عنوان ایمیل

با سلام و احترام خدمت شما دوستان گرامی در این آموزش قصد داریم به هفت تصور غلط در نوشتن عنوان ایمیل بپردازیم.

## ۷ تصور غلط در نوشتن عنوان ایمیل

بازاریابی ایمیلی روشی موثر و کم‌هزینه برای افزایش فروش است؛ اما چرا عناوین ایمیلی بیشترین تأثیر را دارند؟ در این مقاله به این سؤال پاسخ می‌دهیم که چرا برخی ایمیل‌های تبلیغاتی حتی باز هم نمی‌شوند.

عنوان ایمیل تبلیغاتی بسیار اهمیت دارد. پس تعجبی ندارد که مقالات زیادی در این مورد وجود داشته باشد. در پژوهشی دریافتیم که عنوان مناسب ایمیل باعث افزایش دو برابری یا حداقل ۲۵ درصدی نرخ کلیک می‌شود.

با این حال و با وجود بحث‌های بسیاری که در مورد روش‌های مناسب صورت می‌گیرد، برخی از آن‌ها کاملاً نادرست هستند. در این مقاله با تصورات نادرستی که در این زمینه وجود دارند آشنا می‌شویم.

### ۱- از حروف بزرگ انگلیسی استفاده نکنید

می‌گویند استفاده از حروف بزرگ انگلیسی مانند فریاد زدن است و فریاد زدن هم به هیچ‌وجه مودبانه نیست. از طرفی نیز می‌گویند خواندن حروف بزرگ سخت‌تر است. من هزاران عنوان ایمیل را بررسی کردم و فقط یک عنوان را دیدم که به طور کلی از حروف بزرگ استفاده کرده بود. با این حال استفاده از یک یا دو کلمه حروف بزرگ انگلیسی روشی مرسوم و رایج است.



استفاده از حروف بزرگ در برخی کلمات باعث می‌شود که بیشتر به چشم بیایید. اگر ایمیل‌های هفتگی یا ماهانه ارسال می‌کنید، می‌توانید با نوشتن یک کلمه انگلیسی با حروف بزرگ در کنار کلمات فارسی آن را از دیگر ایمیل‌های مخاطبتان متمایز کنید.

### ۲- شخصی‌سازی باعث می‌شود ایمیل اسپم به نظر برسد

دغدغه ما این نیست که ایمیل به عنوان اسپم در نظر گرفته می‌شود، بلکه مسئله اصلی این است که ایمیلتان نشان‌دهنده برند شماست و باید حرفه‌ای به نظر برسد. نظرات مختلفی در این زمینه وجود دارد اما پژوهش‌ها نشان

داده‌اند که استفاده از نام کوچک مخاطب در عنوان ایمیل مانند: «احمد عزیز»، به پیشنهاد ۲۰ درصد تخفیف آخر هفته توجه کنید.



با این حال، بهترین روش شخصی‌سازی ایمیل فقط با افزودن نام مخاطب به عنوان صورت نمی‌گیرد. تکرار این رویه باعث خستگی مخاطب می‌شود و مطمئناً بعد از چند بار تکرار دیگر ارزش خود را از دست می‌دهد. بهتر است هر از گاهی شخصی‌سازی کنید و حتی شاید بهتر باشد شخصی‌سازی را برای پیشنهادهای برتر خود نگه‌دارید.

### ۳- از کلمات فیلتر شده‌ای مثل «رایگان» استفاده نکنید

این نیز یکی از قدیمی‌ترین داستان‌سرایی‌هایی است که در مورد نگارش ایمیل شنیده‌ایم. عموم مردم بر این باور هستند که استفاده از کلماتی مانند «رایگان» باعث اسپم شدن ایمیلشان می‌شود. شاید این موضوع در سال‌های گذشته حقیقت داشته باشد زیرا در گذشته ایمیل‌ها بر اساس محتوایشان فیلتر می‌شدند. با این حال امروزه بزرگ‌ترین معیار فیلتر ایمیل شهرت آن، یعنی تعداد دفعاتی است که مخاطبان آن را به پوشه اسپم فرستاده‌اند.



در حال حاضر محتوا تنها زمانی باعث فیلتر شدن شما می‌شود که شهرت ضعیفی داشته باشید. پس با خیال راحت از کلمه «رایگان» یا free استفاده کنید و حتی آن را با حروف بزرگ انگلیسی بنویسید، اما حواستان به نرخ باز شدن ایمیل‌هایتان باشد. اگر افت نرخ مشاهده کردید برای مدتی از این کلمات استفاده نکنید.

### ۴- با استفاده از نرخ باز شدن ایمیل در مورد عنوان ایمیلتان قضاوت کنید

اگر عنوان ایمیلتان باعث افزایش نرخ باز شدن شود اما تعداد کلیک و تبدیل به مشتری کمی را نصیبتان کند، واقعاً پس چه فایده‌ای داشته است؟ نرخ باز شدن ایمیل برای بیشتر کسب‌وکارها معیار ضعیفی به حساب می‌آید. معیارهایی نظیر تعداد کلیک یا تبدیل به مشتری معیارهای بهتری به حساب می‌آیند. حتی برای وقتی که دارید برای عنوان ایمیلتان تصمیم‌گیری می‌کنید.

گاهی اوقات پیش می‌آید که نرخ پایینی از باز شدن ایمیل، نرخ بالای کلیک و تبدیل به مشتری را به همراه دارد. این اتفاق زمانی می‌افتد که افراد کمتری با خواندن عنوان ایمیل آن را باز می‌کنند. اما آن‌هایی که این کار را می‌کنند به مشتری واقعی تبدیل می‌شوند.

## ۵- عنوان ایمیل کوتاهی را انتخاب کنید

من مخالف عنوان کوتاه نیستم اما مشکل اینجاست که گاهی این عناوین از فرط کوتاهی به بی‌معنایی می‌رسند. اگر عنوان ایمیل بیش از حد کوتاه باشد، خواننده متوجه معنای آن نمی‌شود و در نتیجه ایمیلتان کارایی‌اش را از دست می‌دهد.

پیامتان را بررسی کرده و سپس آن را به شکل خلاصه بیان کنید. به عنوان مثال عناوین «امروز رزرو کنید» را در نظر بگیرید. این عنوان هیچ مفهومی را به خواننده منتقل نمی‌کند. او حتی نمی‌داند این ایمیل در مورد چیست. بر روی پیامی که می‌خواهید منتقل کنید تمرکز داشته باشید، نه بر روی تعداد حروف به کار رفته‌تان.

## ۶- تنها هدف عنوان ایمیل، باز شدن ایمیل است

بسیاری از مشتریان عنوان ایمیلتان را می‌خوانند اما آن را باز نمی‌کنند. عنوان شما تاثیرگذاری خود را داشته و احتمالاً در ذهن مشتری باقی می‌ماند حتی اگر پیام اصلی‌تان خوانده نشده باشد. ارزش‌های برند، طیف محصولات و موضوعات دیگری را می‌توانید از طریق عنوان ایمیلتان منتقل کنید.



## ۷- من می‌دانم که چه روشی مؤثر است

نمی‌توان گفت که ما همیشه بهترین تصمیم را در مورد عناوین ایمیل‌هایمان می‌گیریم. این مشتریان هستند که قضاوت می‌کنند و تنها با پرسش از آن‌هاست که می‌توانید به بهترین شکل ممکن به تفکرات آن‌ها پی ببرید.

خلاصه، عناوین ایمیلتان کلماتی هستند که توجه مشتریان را به خود جلب می‌کنند و به این منظور، با دقت و بر اساس نیاز مشتری نوشته شوند. بهترین عناوین زمانی نوشته می‌شوند که بدانید خواننده‌تان چه کسانی هستند، چه چیزی

می‌خواهند و شما چطور باید نیازهایشان را برآورده کنید. ضمناً فراموش نکنید که عنوان ایمیلتان باید با محتوای درونش همخوانی داشته باشد در غیر این صورت مطمئن باشید که وارد پوشه اسپم خواهید شد.