



Metrics: Tracking & Reporting with Benchmark Email

追踪与反应：如何有效运用电子邮件量化统计

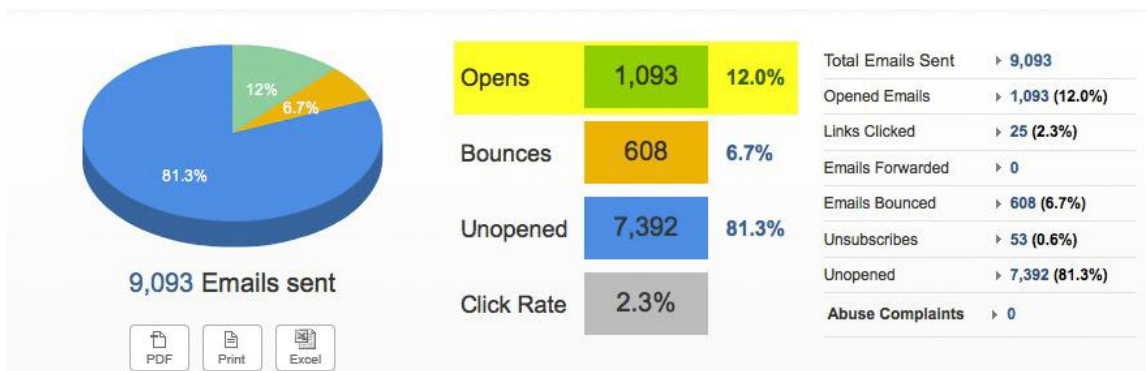
电子邮件营销引发热烈激辩的议题，莫过于企业营销活动成效的衡量基准与内容细节。在追踪订户从注册到购买等后续动作的整体消费经验来看，这类信息提供的参考价值功不可没。但若无法有效利用这些数据，则手边这些信息便和堆积如山的垃圾没什么两样。

结合电邮的巨大潜力与合乎用户体验，Benchmark 电子报营销大师特别推出了一系列完善的追踪与回报工具，让电子邮件营销活动成效评估作业显得易如反掌，并提升企业成功机率。对于全盘掌握信息所面临的极大挑战，我们也感同身受，因此这份报告提供你如何有效运用量化统计的技巧。

认识量化统计

相较于一般电子邮件服务供货商(ESPs)，Benchmark 电子报营销大师与众不同之处在于我们主动提供企业最实时的报告分析；不需等待报告结果出炉。企业只要一登入便能实时追踪最新营销状况。报告数据以百分比与纯数据形式呈现，让电子邮件活动概况一目了然，企业更能对活动效益了如指掌。

电子邮件开启率



寄送广告邮件不过是营销大战的开始。能让订户开信阅读才是启动消费的关键。开启率是基本的量化要素，你可从而得知寄出的电子邮件中有几成是真正被阅读过的。众多[电子邮件营销业者](#)在这方面的数据表现惨淡。eMarketer 指出平均开启率为 19.1%。倘若你的营销活动低于此标准，或更中肯的说，未达个人目标，则该是你有所行动、设法改善现况的时候了。

虽然部分电子邮件营销变量非你所能掌控，但主导开启率的机会不小。以下为提高开启率的步骤，不妨一试：

- 寄件人名称要有高辨识度。
- 标题要引人注目。
- 少寄或多寄一点。

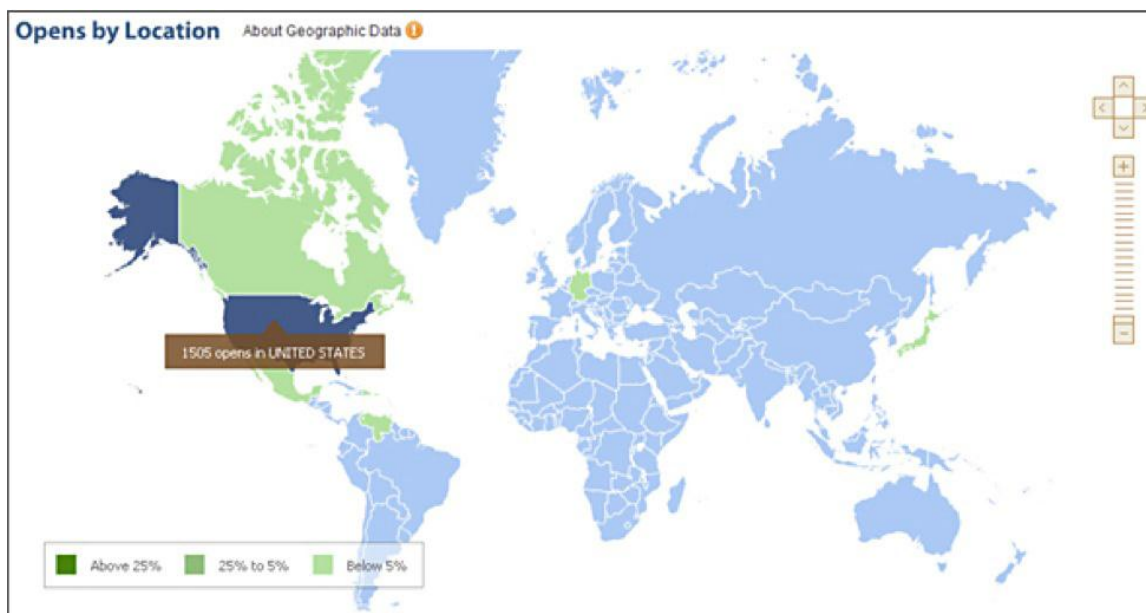
要量化统计的数据好看其实很简单—让收件人开信就对了。详细作法因客户群的不同而异，但要勤于尝试才会有所进展。试以不同的标题吸引不同的客户群组，或减少不常往来订户的发文频率。最后找出受欢迎或惹人厌的信件格式。有了一项结果后，仍要继续做更多尝试。

[开启率](#)虽然举足轻重，但并非衡量营销活动成果最好的方法。这项计量数据是依据包含于信件中的网页图文件标签而得，因此易受外在变量干扰而准确性大打折扣。例如，有些订户的电邮有预览窗口的功能，即使用户没有开启或阅读信件，也会自动下达开启指令。同样地，另一些订户则关掉浏览图文件的功能，即使用户确实开启并阅读信件内容，开启动作则不被列入记录。

纵使无法提供千真万确的开启率统计结果，不过却是评比多个营销活动的利器，进而全面增进电子邮件营销成果。

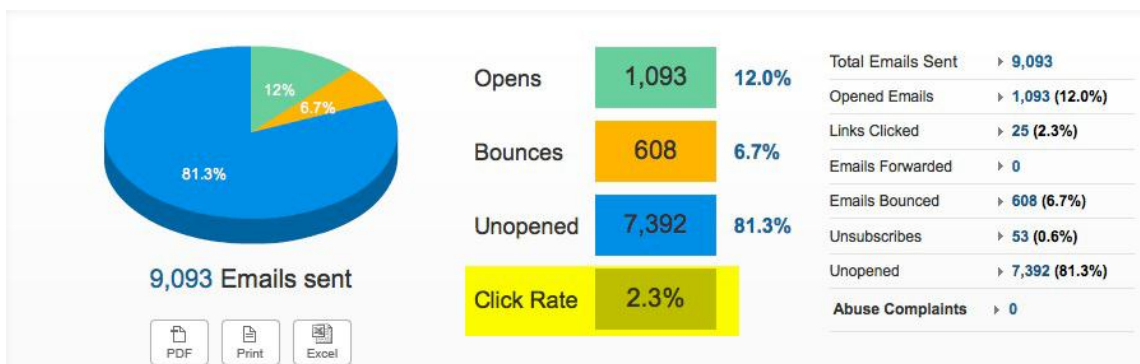
开信人所在地

这是 Benchmark 电子报营销大师另一个独一无二的量化功能。开信地点提供你订户地理位置分布图，了解世界各地的开信情形。此独特的功能专为偏重区域性的电邮营销活动而设计，让企业得以明确追踪开信人所在的国家与洲别。善用这项理想的量化统计，帮你了解顾客所在地，进一步改善特定地区的营销策略。



退件率

量化统计中，退件率也不容忽视。事实上，退件率凸显客户端整体素质，因此定期追踪这类数据被奉为电子邮件营销典范。在每次营销活动执行后，要切实落实监控退件率。否则，你可能不断白费力气寄件给无效的电邮地址，不仅徒劳无功，而且还有损寄件人名誉。



良好的回报系统会自动将退件率归为两大类：硬性退件(hard bounce)与软性退件(soft bounce)。根据简易邮件传输协议(SMTP)所下的定义，永久失效的寄件地址属于硬性退件，至于暂时性失效则列入软性退件。但两大退件种类的界定并无清楚的分水岭。举例来说，信箱容量不足是软性退件常见的原因；不过，一些网络服务业者(ISPs)将其依永久性失效属性进行退件处理。若企业没有适时减少投诉或实时降低退件率，其他业者也会将暂时性失效情况视为永久退件。

纵使退件种类的定义含糊不清，不过知道如何判别仍十分重要。一面分析量化结果，也要一面判断是否容许这类退件再次发生，同时还要适时停止无效寄送，并整理更新客户联络人清单。即刻采取行动为上策。居高不下的退件率会让你背上垃圾邮件的黑锅，遭客户服务器拒于千里之外。

点击率

点击或点击率也是需要持续追踪的统计数据。从中可获知寄出邮件中的连结被点击的比率与次数。这项重要指标反映收件人是否有所行动。点击率普遍偏低的主因是要让收件人与生硬的推销信息间产生火花，简直比登天还难。因此，一篇吸睛又实用的信件内容显得格外重要。

那么，究竟如何拉抬点击率？作法如下：

- 在电子邮件中附上影片。

- 连结至企业官网上的影片。
- 连结至社群网站上的趣味影片。
- 定期更新连结，避免陈腔滥调。

吸引订户踊跃点击的方法很多：实用性的教学文章连结、网上折扣优惠、免费制作报表等。唯一的目标都是要引发订户的兴趣，采取企业所预期的实际行动。

比起一般开信次数，点击率相形之下更具参考价值。点击率让企业清楚检视是否达成终极目标，其重要性仅次于网站转换率。改善点击率是增加回复率、提升销售业绩与投资报酬率(ROI)的不二法门。

点击绩效

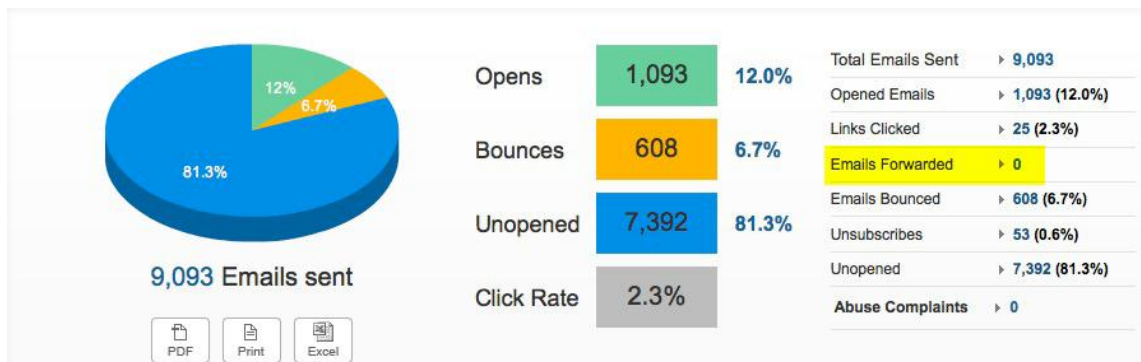
Click Performance	
URL	Total Clicks
http://surveys.benchmarkemail.com//Survey/Start?id=37110&s=47237	16
http://twitter.com/benchmarkemail	16
http://www.benchmarkemail.com/about-benchmark-email/Email-Blog	15

Benchmark 电子报营销大师所提供的点击绩效量化工具，使你能有效追踪、分析信件点击率。数据内容除了包含每一连结的点击数外，还有信件中被点击的所有连结统计。点击绩效对链接最佳位置的选定与链接本身的价值判定大有裨益。

例如，在信末放上一个链接，提供商品功能与好处的细节，假使点击率偏低，则表示此连结应被移置信件开头处。又若置于页首的促销优惠连结，点击率却荡至谷底，则意味应修改内容以求更切合营销目标。举一反三，如果周边商品乏人问津，可见客户对企业周边商品兴趣缺缺，应尽早移除该连结。

分析点击绩效能帮你做出许多明智的抉择，包括醒目的链接位置与卖相较佳的连结，进而提升买气。

转寄信件

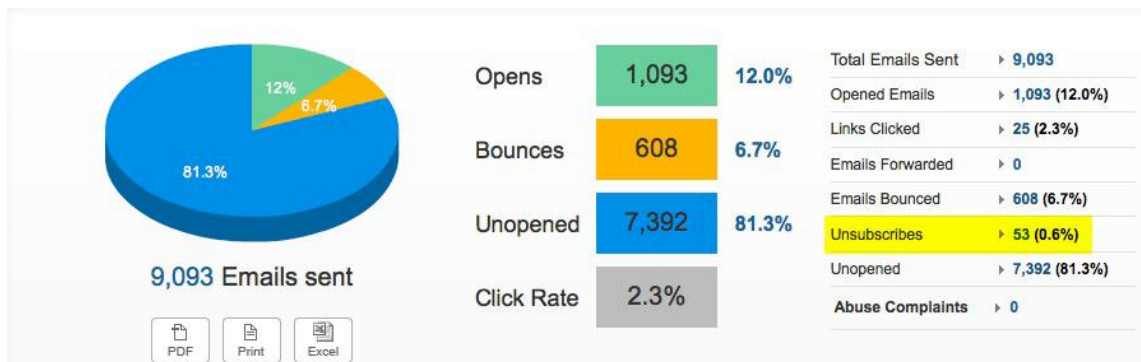


早在现代业者透过**电子邮件营销**无所不用其极地收拢目标客户前，希腊剧作家 Euripides 便说过这么一句至理名言——「想破千方百计」。这正道出在为你分析电邮营销活动绩效时，Benchmark 电子报营销大师总是使命必达。

我们的报告提供你量化基本要素、进阶分析，甚至是信件转寄这类预测。简单来说，这项统计数据显示收件人收信后转寄信件的比率与总次数。但千万别低估这个数字，它不仅能测出信件的病毒式散播力，还有助于找到声援企业的拥护者。

如果你的信件转寄率不高也不需气馁。因为绝大多数的营销业者，对于**电子邮件营销活动**转寄率偏低早已司空见惯。不过，它仍是营销活动成功的代表性指标。即使仅有少数订户转寄你的信息，但却是个好现象，毕竟这表示你的信件内容颇具吸引力，让人不得不与其他人分享。

取消订阅



相信大家对此一量化项目早已耳熟能详。光是看了就会惹来电邮营销业者厌恶的眼光。要以平常心看待，因为无论是价值不匪的信息内容或你已尽全力锁定目标族群，仍不乏缺少向心力的订户，他们宁可不要收到任何企业相关讯息而选择退订。常见理由如下：

- 内容毫不干己
- 寄件频率(太多或太少)
- 感到无趣

退订户的增加经常打击电邮营销业者的信心、令其大惑不解。目标在于将退订率降至最低。反应冷淡的顾客往往会成为下一个退订户。你的任务即为阻止这类事情再次发生。

以下简单方法，能减少退订数：

- **内容须相关**—顾客订阅企业电子报的主因—期待收到与自身需求、喜好、兴趣相关的信息。只要内容稍偏离主题，退订数便会开始攀升。有鉴于此，维持低退订率的窍门便是提供与订户切身相关的讯息，在第一时间即引发收件人订阅的冲动。

- **具实用价值**—将心比心，你的顾客和潜在客户一样也被电邮信件与垃圾邮件压得喘不过气来。鲜少有人能仔细阅读每封信息，并从中去芜存菁。别再浪费客户的时间了。以简明扼要为原则，提供他们所需且有价值的信息。提供实用建议、经济优惠或实时更新信息，力图成为顾客眼中诚信可靠的企业。
- **要沟通，不要推销**—虽然**电子邮件营销**是销售利器，但过度推销可能成为商品与服务推广的致命伤。这并非强迫企业终止促销活动，不过人性销售更能达到事半功倍的效果。另外，信息内容不一定要为推销而写。邮寄读者感兴趣的文章，引发他们的好奇心而主动一探你的网站，开启销售的契机。

社群统计数据

Benchmark 电子报营销大师还提供了营销业者另一项实用的量化功能，让你轻松追踪社交电子信件的绩效。不管你是否认同社群网络将成为营销界未来的新星，都无法否认社交网站提供了连续性且方便的管道，拉近你与用户间的距离。在寄给订户的信件内增加文章分享按钮，或在粉丝页推出 FBML 应用软件；以上只是其中两个例子，提供你如何善用社交网站来活络电邮营销活动的参考。

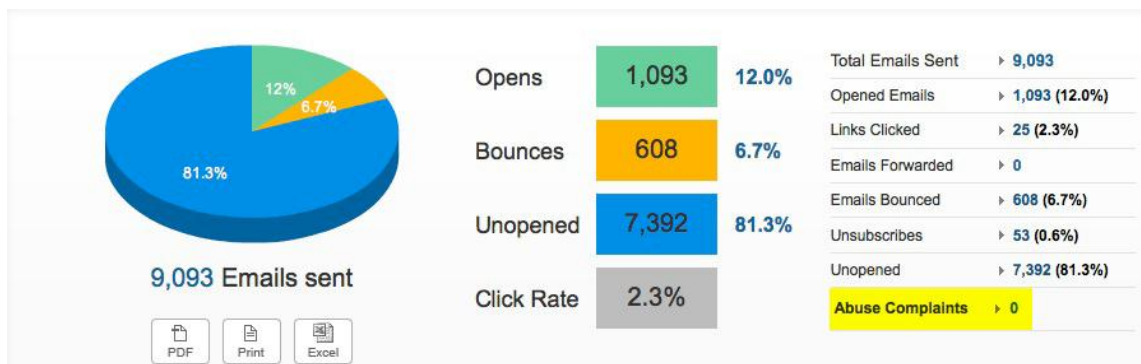
Social Stats



部分营销业者因没时间或尚未发现商业价值而排斥社群媒体整合。另有些企业则是由于对其成效评估毫无头绪。有了 Benchmark 电子报营销大师，搜集社群统计数据将超乎你预期地简单，不费吹灰之力便能随时追踪企业营销活动在各大社交网站的实况成效。同时还有助于了解营销活动在脸书、LinkedIn 和推特的分享情形，并获知脸书迷对本次活动按赞的次数。如果你欲积极整合这些管道以发展事业，定期监控社群统计数据无疑是你整合营销之上策。

垃圾邮件投诉

最后我们要探讨的是**投诉**量化数据。即使这项非典型的统计有别于开启率或点击率，但也提供你不可或缺的重要信息。这项投诉统计基本上由 Benchmark 电子报营销大师汇集收件人信箱中的垃圾信件数而得。



比方说，你将企业电子报寄给一个已长达六个月未曾开过你的信件的订户，基于某些原因，该订户将你的信件标记为垃圾信。该举止会自动回报给网络服务供货商 (ISP)，再由他们发讯息向我们做**投诉**通报。一旦累积过多的投诉，并超出网络服务供货商依不同产业所制订的投诉数量上限，企业便会面临遭该邮件服务器封杀的严重后果，沦为邮件黑名单的一员。

那么 Benchmark 如何化解这个窘境呢？首先，你需提供所有相关必要信息(网络协议认证授权或纸本注册)，经我们内部评估并提出证明你是合法业者，却误遭指控为垃圾信件发件者或意外启动黑名单过滤机制，因此企业大可放心。另一方面，倘若你仍继续发送信件给已表明不愿再收到企业相关信息的收件人，或肆无忌惮地散布垃圾信，你的账号将被永久取消。

即使是优良企业也难免会遭垃圾信投诉，不过正如退订率，企业也要确保投诉率愈低愈好。这不仅能延长企业的电子邮件营销寿命，更能将营销成本降至最低。将心

力集中投资在对企业感兴趣的订户上，便得以大砍投诉率，并享有平步青云的投资报酬率。

如何解读量化统计数据？

去年十二月，美国市调研究机构—营销向导(MarketingSherpa)的调查结果显示了关于**电子邮件营销业者**如何处置统计报告的有趣事实。其发表的结论为 92%的业者将点击率奉为企业成功的首要指标。其次是开启率占 90%，传送成功率为 81%。值得注意的是仅有 36%的企业将「联络人群组响应」作为重要的成效评估依据。此次调查也阐明了业者对这些量化数据的价值或统计的正确方法没有通盘了解这个事实。

至于与日俱增的电邮营销业者如何持续追踪开启率至每封电邮创造的收益等统计数据来衡量业绩表现，营销向导也作了一番的研究。

依据我们观察营销向导最新发布的资料指出，企业常犯的错误即是没有着眼于对企业有利的重要性量化指标，反而将注意力放在报表上那堆令人眼花、片段的数字上。唯有充分了解问题的根源以及改善的方法，才能提升企业营销活动成功的机率。Benchmark 电子报营销大师在此乐于助你一臂之力。

关于 Benchmark Email 电子报营销大师

同时为你管理十来份精密的电子报列表、结合上百种电邮范例、精准的报告结果与令人耳目一新的电子报与多媒体电邮，现在只要用特惠价格，便能一次拥有这些强大的功能。你心动了吗？找 Benchmark Email 电子报营销大师就对了！

我们的电子邮件营销策略深得 73000 名用户的信任，并不无道理(甚至可以列举出 100 个理由)。专为大大小小的企业组织提供电子邮件营销服务，我们提供的功能无人能出其右，人性化的在线工具让营销造势易如反掌，而且价钱公道又实在。

Benchmark Email 不仅是电子报营销大师，还是创新领航者。除了致力于提供完善的电子报营销服务，我们也成立网络社群、采用搜索引擎优化(SEO)与 Web 2.0，因此，我们的在线软件，才能与日新月异的网络密切结合。

只要 9.95 美元，首次注册即能享有如此完善的标准功能，相信再也找不到第二家公司提供你这样超值的优惠。现在就请上 www.benchmarkemail.com/cn/register 注册我们的 30 天免费试用。

Benchmark Email 电子报营销大师联络方式

如有任何宝贵意见或电子报营销相关需求，欢迎不吝赐教。联络方式如下。

网址：<http://www.benchmarkemail.com/cn>

电话：+86 512 85557099#5981

电子邮件：meilin@benchmarkemail.com