



How to Start Email Marketing

By Benchmark Email

電子郵件行銷

更上一層樓

門外漢總是以存疑的眼光看待網路行銷。但事實上，網路行銷的確為組織與業主帶來無限商機。從國內知名品牌採用的電子商務至推廣合作夥伴商品的企業家，網路行銷應用的成功案例不計其數。網路商機的爆炸性成長，象徵網路行銷市場無疑成為一棵巨大的搖錢樹。

根據一份美國網路使用者的網路消費習慣研究(Pew Internet & American Life Project)報告，無論年齡層為何，就某種程度而言，大家都成了不折不扣的重度網路使用者。訪查者涵蓋六個不同的年齡層，對線上各式各樣的商品服務皆投以高度的關注。在社群網路、網路銀行與搜尋引擎等琳瑯滿目的服務中，電子郵件一枝獨秀，最受所有年齡層消費者的青睞。

EmailStatCenter.com 預期，企業在 2011 年會大手筆投資網路行銷。你一定很好奇，他們如何利用電子郵件行銷讓事業起飛、增加獲利。本手冊將探討運用電子郵件行銷來建立品牌認知與顧客關係的益處，擬定線上互動的最佳策略，以及如何善用電子郵件追縱、分析數據，幫你大賺一筆。

為何要用電子郵件行銷？

電子郵件行銷是網路行銷的始祖，歷史悠久。儘管置身於推文(tweets)、雲端(clouds)、androids 中，電子郵件仍致力於內容相關性。尤其當今行動郵件裝置盛行、全球化無所不在，無論是商品服務推廣、公益活動的聲援或資訊的交流，電子郵件縮短了業者、潛在顧客與客戶間的距離。

企業選擇電子郵件作為行銷利器的理由如下：

- **成本低** –電子郵件行銷較其他傳統行銷方式的成本相對來得低。以直接郵寄為例，列印、郵資、行銷相關文件的運費皆須列入預算考量中。節省成本因此成了電子郵件得天獨厚的優勢。
- **效率高** –電子郵件收發效率高得驚人。只消短短數分鐘，行銷廣告即可送達數千名顧客手中。若郵件訊息若夠吸引人的話，常能引起顧客迅速回應並採取實際行動。
- **鎖定目標** –印刷品、廣播或電視廣告觸及廣大的消費者，但其中又有哪些行銷方式真正符合你的產品及服務需求？比起傳統行銷管道，電子郵件更能有效鎖定目標客戶，還能依不同條件或興趣建立分類，若能投其所好，便易於啟動與消費者間的溝通。
- **易如反掌** –你不必是個科技通，也能以電子郵件成功行銷。有了網路，人人皆能取得軟體、電子郵件範本及一系列的線上工具，輕而易舉地打一場電子郵件行銷戰。結合適當的策略，行銷成效自然就能水到渠成，讓你有充足的時間計畫下一次的漂亮出擊。
- **效益良好** –雖然電子郵件行銷看似老套，不過，精心策劃的行銷活動不僅能增加網路流量、刺激銷量、還能提升顧客忠誠度。即使垃圾郵件問題讓企業敬而遠之，電子郵件仍是提升知名度與建立品牌口碑的最佳利器。

任何規模的企業都受惠於電子郵件行銷，尤以小企業的成效最為驚人。經論證，該行銷手法不但能搭起你與客戶間的橋樑，還能提供客製服務，讓投資事半功倍。其所創造的價值與可觀的利潤是其他行銷模式所無可匹敵的。

電子郵件行銷種類？

多元化的網路行銷世界中，有各色各樣的郵件類型供電子郵件行銷業者選擇，且每種行銷活動各有所長，企業須依情況各取所需。下列為幾種常見的電子郵件行銷活動以及其優勢：

- **電子報行銷** –電子報與電子郵件行銷是天生的一對。以電子報為行銷主力，讓你定期與顧客保持聯繫，提供客戶所需的專業知識，抑或以行銷來傳達企業理念給消費者。電子報不僅能傳遞最新資訊，還是提升盈利的銷售法寶。
- **節日行銷** –節日行銷充分展現企業對人文脈動的體現，以及對特別節日的敬重。企業可順勢利用節日行銷的機會，提供最新訊息、或郵寄個性化的感謝卡來問候顧客，並提供主題式促銷方案，可謂一舉數得。
- **促銷活動** –促銷宣傳的理想平台非電子郵件莫屬。促銷活動包括每週優惠商品、每月折扣、跳樓大拍賣讓商品搶購一空。成功的促銷活動即為電子郵件行銷成效的鐵証。

由此可見，電子郵件適用於各式場合，不失為提升買氣、教育客戶、市場測試等可靠的行銷利器。搭配不斷進步的支援技術，此一多元、實用的行銷戰術，確實值得您信賴。

充分發揮電子郵件行銷效益

有效利用電子郵件行銷的關鍵在於一致性。一致性有助於鎖定目標客戶並與顧客建立長久往來關係。要怎麼收穫，就先怎麼栽，首先必須維持下列行銷要素的一致性：

- **產品價值** –電子郵件行銷不但有助於與顧客建立良好的關係，還能催生常客，為你的品牌做口碑推銷。不過，前提是你的產品須受肯定，才能讓顧客一再回流。折價券、特惠商品或種種讓消費者立即行動的促銷活動，都能讓顧客有物超所值的感受。
- **市場追縱** –行銷工具中，電子郵件最為人稱道之處，莫過於量化市場成效的便利性。優秀的電子郵件服務供應商會提供深度成果報告，內容包括行銷活動效益所涉及的所有細節。但，假使單單讓電子郵件服務供應商(ESP)為你拂去虛擬商品架上的灰塵，一切努力也只是枉然。定期且進一步分析報告結果，才能了解行銷成果好壞與商議改善對策。

- **相關性**—對電子郵件行銷了解得愈透徹，不免發現其八九不離十都是圍繞在相關性議題上。理由很簡單，若你所傳達的訊息離題愈遠，愈是可能成為垃圾郵件的投訴對象。信件內文要切中收件者的興趣與偏好，才能讓他們選擇與你站在同一陣線。
- **電子郵件聯絡人**—成功的電子郵件行銷，背後都少不了精心策劃的主要通訊錄以及聯絡人。行銷活動須先取得顧客許可為其遵行的準則：顧客有權決定是否與你建立關係，從中確立他們的興趣，連退訂要求也須受尊重。健全的電子郵件清單管理，便是通往最佳行銷典範的捷徑。

電子郵件行銷的迷思

電子郵件行銷類型千變萬化，往往令人目眩神迷，甚至產生許多誤解，而每每對這些迷思的期望愈大，失望也會愈大。這類行銷智囊固然能集中火力在促銷活動上，為你的事業帶來經濟奇蹟，但它畢竟不是萬能的。

以下為電子郵件行銷無法提供的保證：

- **一夕致富**—不少企業以電子郵件行銷起家。即使如此，這並不表示你的銷售業績能從此一飛沖天；通往成功的漫漫長路上，路途總是崎嶇、坎坷，同時得面臨事業高低起伏等重重考驗。請記住，建立目標客戶是需要時間的。努力不懈，堅持到最後，就能與顧客建立關係、提升客戶忠誠度，銷售業績自然也能如日中天。
- **打動每位顧客的心**—縱使你的商品或服務價值連城，客戶若興趣缺缺，再怎麼大力推銷仍只是緣木求魚。同理，一個積極尋找資源，打算經營網路事業的人，絕不可能對一件折價陶藝品感興趣。如何讓訊息正中讀者下懷才是致勝關鍵；光是產品保證並不能引起讀者的興趣。
- **讓事業起死回生**—時有經營不善的業主，孤注一擲在行銷活動上，特別是他們認為行銷的目的就是要刺激銷售，作為紓困的權宜之計。不幸的是，電

電子郵件行銷並不能讓事業起死回生。反之，應先解決名譽受損或財務赤字問題，而非一味以電子郵件行銷苟延殘喘。

倘若你有心從事電子郵件行銷，首要之務是找到適合的產業經營模式。接觸目標市場是否有一定的困難度？你的顧客滿意度是否節節敗退？正視這些殘酷的問題，並設法找出解決方案，才能讓你贏在起跑點。

規劃電子郵件行銷

可惜的是，失敗的電子郵件行銷企劃，出乎意料的高，其原因通常歸咎於缺乏建設性。企業主或行銷企劃經理無法掌控時間、人員、資源各層面的調度與運作，使其相輔相成。總之，他們有勇無謀，一股腦兒跳入這灘渾水中。

數據會說話：業者將因推行電子郵件行銷活動鑄下的大錯，付出慘痛的代價。下列是由 Benchmark Your Email Organizations 以及市調機構 Forrester 發佈的資料，調查對象為 2 億 5000 萬名全球各地的電子郵件行銷業者：

- 21%的電子郵件行銷商對頻率管理毫無頭緒。
- 40%的電子郵件行銷商缺乏成文的策略以及正規的行事準則。
- 唯有 39%電子郵件行銷商定期檢視投資報酬率。

以上數據指證歷歷：電子郵件行銷業者常吃閉門羹，正是因為缺乏事先準備及精心規劃。完善的建構與健全的策略才是成功的不二法門。依循下列三步驟檢視電子郵件行銷的精準度：

第一步：確立目標

建構電子郵件行銷活動的首要之務，便是要設立明確的目標。目標視企業而定，可能包括：

- 增加網路流量

- 推廣商品與服務
- 促銷活動
- 品牌肯定與口碑建立
- 領導趨勢

第二步：確立行銷活動的目標

電子郵件行銷的多樣化，擴大可達成目標成效的領域，但往往導致偏離主題，或視野狹隘地執著在單一行銷活動裡，結果顯然毫無助益。因此，要腳踏實地，為每個行銷活動設立少量的目標即可。這一項活動可能專為吸引會員而舉辦，另一項活動則可著眼於建立網路社群。其原則為儘可能地縮小目標範圍並維持相關性。

第三步：預算分配

有了計畫，接下來就是要考量成本問題。即使電子郵件行銷的成本風險低，但預算規劃仍不可或缺。除了服務供應商與軟體應用以外，還有其他考量因素。或許，你需要一位設計師專事客製電子郵件的外觀；甚至是一位妙筆生花的寫手，為你揮灑出精彩的網路文章。預算的規劃有助於投資標的決策，進一步激發評估投資報酬率的動機。

關於 Benchmark Email 電子報行銷大師

同時為您管理十來份郵件聯絡人、結合上百種電郵範例、精準的報告結果與令人耳目一新的電子報與多媒體郵件，只要用特惠價格，便能一次擁有這些強大的功能。您心動了嗎？找 Benchmark Email 電子報行銷大師就對了！

我們的電子郵件行銷策略深得 73000 名用戶的信任並不無道理(甚至可以列舉出 100 個理由)，專為大大小小的企業組織提供電子郵件行銷服務，我們提供的功能無人能出其右，人性化的線上工具讓行銷造勢易如反掌，而且價錢公道又實在。

Benchmark Email 不僅是電子報行銷大師，還是創新領航者。除了致力於提供完善的電子報行銷服務，我們也成立網路社群、採用搜尋引擎最佳化(SEO)與 Web 2.0，因此，我們的線上軟體，才能與日新月異的網路密切結合。

只要 9.95 美元，首次註冊即能享有如此健全的功能，相信再也找不到第二家公司提供您這樣天大的優惠。現在就請上 <http://www.benchmarkemail.com/tw/register> 註冊我們的 30 天免費試用。

Benchmark Email 電子報行銷大師聯絡方式

如有任何寶貴意見或電子報行銷相關需求，皆歡迎不吝賜教。聯絡方式如下。

網址：<http://www.benchmarkemail.com/tw>

電話：+886 2 22585981

電子郵件：meilin@benchmarkemail.com