



איך להוציא לפועל את
הניוזלטר עם ה-ROI
הגבוה ביותר

EMAIL MARKETING

1971

52 YEARS AGO...



שיווק בדוא"ל קיים כבר למעלה מ-50 שנה, והוא עבר שינויים משמעותיים במונחים של טכנולוגיה ושיטות עבודה מומלצות.

בימים הראשונים, שיווק בדוא"ל הוגבל להודעות טקסט פשוטות ללא תמונות או התאמה אישית.

עם זאת, עם התקדמות הטכנולוגיה וספקי שירותי הדואר האלקטרוני, שיווק האימייל נעשה מתוחכם יותר, ומאפשר לעסקים למקד **לקהלים ספציפיים** ולספק **תוכן מותאם אישית**.

אחד ה Game Changers המשמעותיים ביותר בשיווק בדוא"ל היה עליית **הטלפונים הניידים**. עם למעלה מ-3.8 מיליארד משתמשי סמארטפונים ברחבי העולם, חיוני לבצע אופטימיזציה של מסעות הפרסום שלך בשיווק בדוא"ל עבור מכשירים ניידים.

על ידי אופטימיזציה של מסעות בשיווק בדוא"ל למכשירים ניידים, אתה יכול להבטיח שההודעות שלך יגיעו לקהל שלך **בכל מקום וזמן** שבו הם נמצאים ובכל מכשיר שהם משתמשים בהם.





במהלך השנים, שיווק בדוא"ל הוכיח את עצמו כאחת הדרכים היעילות ביותר להגיע ללקוחות, עם החזר **ROI ממוצע של 38:1**.

אימייל מרקטינג בתחום ה B2B **שונה** ממייל B2C מכיוון שב-B2B, יש לא רק אדם אחד אלא קבוצה של אנשים בחברת היעד (בדרך כלל בתפקידים שונים) המשפיעים על החלטת הקנייה ולוקחים חלק במסע הלקוח.

זהו מרכיב חיוני בכל אסטרטגיית שיווק דיגיטלית, המספק לעסקים **קו תקשורת ישיר** עם הלקוחות שלהם.

שישה שלבים ליצירת ניוזלטר עם ROI אופטימלי

1. הגדרת המטרות וקהל היעד
2. בחירת ספק מערכת המיילים הטוב ביותר עבור המטרות העסקיות שלכם.
3. יצירת תוכן שפוגע בול במטרה לכאבים של קהל יעד שלכם ICP.
4. ביצוע אופטימיזציה לניסוח שורת הנושא והתיאור של המייל.
5. עיצוב והתאמה פונקציונאלית.
6. הערכת ביצועים.

הגדרת המטרות וקהל היעד

שלב 1

שישה שלבים ליצירת ניוזלטר עם ROI אופטימלי

שלב 1

הגדרת המטרות וקהל היעד

לפני שנתחיל ליצור את קמפיין השיווק שלך בדוא"ל, עלינו להגדיר את המטרות ואת קהל היעד שלנו. זה יעזור לנו ליצור תוכן רלוונטי לקהל שלנו ויגרום להם לפעול.



שישה שלבים ליצירת ניוזלטר עם ROI אופטימלי

שלב 1

הגדרת המטרות וקהל היעד
/ דוגמאות

מטרה: הגדלת מכירות מלקוחות קיימים.

קהל יעד: לקוחות שביצעו רכישה ב-6 החודשים
האחרונים.

תוכן: הצעת מכר לזמן מוגבל למוצר או שירות חדש,
עם קוד הנחה מותאם אישית המבוסס על
היסטוריית הרכישות של הלקוח.

* הערה חשובה: לפני שאתם מגיעים לשלב
המכירה במייל B2B כדאי מאוד לשים דגש על בניית
מערכת יחסים עם הלקוחות שלכם במייל ע"י הפצת
תוכן בעל ערך על המוצר שלכם.

שישה שלבים ליצירת ניוזלטר עם ROI אופטימלי

שלב 1

הגדרת המטרות וקהל היעד
/ דוגמאות

מטרה: בניית מודעות למותג.

קהל יעד: לקוחות פוטנציאליים בענף ספציפי.

תוכן: תוכן מקצועי הקשור לענף, כגון white paper או webinar, עם קריאה לפעולה כדי ללמוד עוד על העסק וההצעות שלו.

חשוב מאוד בעולמות הB2B ליצור אמון מול הלקוחות.

שישה שלבים ליצירת ניוזלטר עם ROI אופטימלי

שלב 1

הגדרת המטרות וקהל היעד
/ דוגמאות

מטרה: שיפור שימור לקוחות למערכת SAAS.

קהל יעד: לקוחות שלא ביצעו רכישה ב-3 החודשים האחרונים.

תוכן: קמפיין מותאם אישית ליצירת מעורבות מחדש עם תוכן המייצר ללקוח ערך גבוה - העבירו את הידע שלכם והפיצו אותו בחינם לכמה שיותר לקוחות רדומים/פוטנציאלים.

[לינק ל calendly](#)

בחירת ספק
מערכת המיילים
הטוב ביותר

שלב 2

שישה שלבים ליצירת ניוזלטר עם ROI אופטימלי

שלב 2

בחירת ספק מערכת המיילים הטוב ביותר

כאשר בוחרים את ספק שירותי הדוא"ל ישנם מספר פרמטרים חשובים שיש לקחת בחשבון:

"עבירות" Deliverability: לספק שירותי הדואר האלקטרוני אמור להיות בעל מוניטין טוב במסירת מיילים לתיבת הדואר הנכנס והימנעות ממסנני דואר זבל. חפש ספק שירותי דואר אלקטרוני המספק כלי אימות וניטור כדי להבטיח מסירה ויכולת התמודדות והימנעות מכניסה ל Blacklist.

תבניות דוא"ל: בחרו ספק שירותי דוא"ל המספק מגוון תבניות דוא"ל מקצועיות וניתנות להתאמה אישית. זה יעזור לך ליצור אימיילים שמושכים ויזואלית ומתאימים למותג שלך.

פילוח והתאמה אישית: ספק שירותי הדוא"ל אמור לאפשר לך לפלח את רשימת הדוא"ל שלך ולהתאים אישית את המיילים שלך על סמך תחומי העניין וההתנהגות של הנמען. זה יעזור לך להעביר מסרים ממוקדים ורלוונטיים המהדהדים עם הקהל שלך.

שישה שלבים ליצירת ניוזלטר עם ROI אופטימלי

שלב 2

בחירת ספק מערכת המיילים הטוב ביותר

ניתוח ודיווח: ספק שירותי הדוא"ל צריך לספק כלי ניתוח ודיווח מפורטים המאפשרים לך לעקוב אחר מדדי מפתח כמו שיעורי פתיחה, שיעורי קליקים והמרות. זה יעזור לך למדוד את האפקטיביות של מסעות הפרסום שלך בדוא"ל ולקבל החלטות מבוססות נתונים כדי לשפר אותם.

אוטומציה: חפש ספק שירותי דוא"ל המציע כלי אוטומציה המאפשרים לך ליצור הודעות דוא"ל מופעלות, כגון הודעות דוא"ל ברוכים הבאים או הודעות דוא"ל עגלות נטושות. זה יעזור לך ליצור קשר עם הקהל שלך בזמן הנכון ולשפר את שיעורי ההמרה שלך.

תמיכת לקוחות: בחר ספק שירותי דוא"ל המציע תמיכת לקוחות אמינה ומגיבה. זה יעזור לך לפתור כל בעיה שמתעוררת ולהבטיח שמסעות הפרסום שלך בדוא"ל פועלים בצורה חלקה.

על ידי התחשבות בפרמטרים החשובים הללו בעת בחירת ספק שירותי דוא"ל נוכל להבטיח שנבחר ספק שמתאים לצרכים שלנו ועוזר לנו להשיג את המטרות שלנו.

יצירת תוכן שפוגע בול
במטרה לכאבים של
קהל יעד שלכם ICP

שלב 3

שישה שלבים ליצירת ניוזלטר עם ROI אופטימלי

שלב 3

**יצירת תוכן שפוגע בול
במטרה לכאבים של קהל
יעד שלכם ICP**

תוכן האימייל שלנו צריך להיות מרתק, אינפורמטיבי ורלוונטי לקהל היעד. השתמשו בשילוב של טקסט, תמונות ווידאו כדי להפוך את האימייל שלנו למושך ויזואלית ולפרק גושי טקסט גדולים.

התאמה אישית היא גם המפתח ליצירת תוכן משכנע. השתמשו בשם הלקוחות שלך ובנקודות נתונים אחרות כדי ליצור הודעות מותאמות אישית המניעות לפעולה.

[לינק ל unsplash](#)

דוגמאות לתוכן אימייל משכנע כוללות:

- תוכן מקצועי של המוצר / שירות
- הצעות מכר
- חדשות או עדכונים של החברה או מהתעשייה
- סיפורי הצלחה של לקוחות

ביצוע אופטימיזציה
לניסוח שורת הנושא
והתיאור של המייל

שלב 4

שורת הנושא וטקסט התצוגה המקדימה הם הדברים הראשונים שהלקוחות שלך יראו, אז הם צריכים להיות משכנעים ורלוונטיים.

להתמקד על מסר אחד בלבד

חשוב לשמור! על שורת הנושא קצרה ועניינית, שימוש בשפה מכוונת פעולה המעודדת את הלקוחות [לפתוח את הדוא"ל](#).

טקסט התצוגה המקדימה אמור לספק טיזר של מה שנמצא בתוך האימייל שלך ולתת ללקוחות סיבה ללחוץ.

שישה שלבים ליצירת ניוזלטר עם ROI אופטימלי

שלב 4

**ביצוע אופטימיזציה לניסוח
שורת הנושא והתיאור של
המייל**

שישה שלבים ליצירת ניוזלטר עם ROI אופטימלי

שלב 4

**ביצוע אופטימיזציה לניסוח
שורת הנושא והתיאור של
המייל**

דוגמאות לשורות נושא יעילות וטקסט תצוגה מקדימה כוללות:

"איך לייצר יותר לידים בתקציב נמוך יותר!" - שורת נושא

"הגיע הזמן ליצור לחברה שלך לידים שהופכים לעסקאות!" - תצוגה
מקדימה של טקסט

"כיצד להפוך את שיווק האימייל למכונת לידים" - שורת הנושא

"בואו ללמוד בשלושה צעדים איך הופכים מיילים ללידים איכותיים" -
תצוגה מקדימה של טקסט

עיצוב והתאמה פונקציונאלית

שלב 5

[עיצוב](#) הוא מרכיב קריטי בשיווק בדוא"ל. עיצוב הניוזלטר שלך צריך להיות מושך מבחינה ויזואלית, מותאם למותג וקל לקריאה. חשוב מאוד שתהיה תאימות לנייד בעת עיצוב הניוזלטר שלך.

לפי Statista, **לפחות 70%** מהודעות האימייל נפתחות במכשירים ניידים, ולכן חיוני לוודא הניוזלטר שלכם מותאם לצפייה בנייד.

שישה שלבים ליצירת ניוזלטר עם ROI אופטימלי

שלב 5

**עיצוב והתאמה
פונקציונאלית**

הנה כמה טיפים לעיצוב ניוזלטר :

פשטות keep it simple: הימנע משימוש בעיצובים או פריסות מורכבות שעשויות לא להופיע כראוי במכשירים ניידים. השתמשו בעיצוב פשוט ונקי שמדגיש את המסר המרכזי ואת הקריאה לפעולה.

עיצוב רספונסיבי: בחר ספק שירותי דוא"ל שמשתמש בתבניות עיצוב רספונסיביות שמתאימות אוטומטית את הפריסה והעיצוב של הניוזלטר שלך כך שיתאימו לגודל המסך של המכשיר שבו הוא נצפה.

גופנים ולחצנים גדולים: השתמש בגודל גופן של לפחות 14 פיקסלים ובלחצנים גדולים כדי להבטיח שהניוזלטר שלך יהיה קל לקריאה ולנווט במכשיר נייד.

התאמה למסכים: לפני שליחת הניוזלטר שלך, בדוק אותו במספר מכשירים ניידים כדי להבטיח שהוא מוצג כהלכה וקל לקריאה ולניווט.

שלב 5

**עיצוב והתאמה
פונקציונאלית**

הערכת ביצועים

שלב 6

שישה שלבים ליצירת ניוזלטר עם ROI אופטימלי

שלב 6

הערכת ביצועים

בדיקות ואופטימיזציה הן קריטיות להצלחת מסע הפרסום בשיווק בדוא"ל.

השתמשו בבדיקות A/B כדי לבדוק שורות נושא, תוכן וקריאות לפעולה שונים כדי לראות מה הכי מתאים לקהל שלנו.

יש לבצע **מעקב** אחר שיעורי הפתיחה, שיעורי הקליקים ושיעורי ההמרה שלך כדי לראות את הביצועים הקמפיין.

אז איך עושים את זה?

שישה שלבים ליצירת ניוזלטר עם ROI אופטימלי

שלב 6

הערכת ביצועים

שיעור פתיחה מודד את אחוז המנויים שפתחו את האימייל שלך. שיעור פתיחה טוב הוא בדרך כלל בסביבות 20-30%.

כדי לשפר את שיעור הפתיחה שלך:

1. השתמש בשורת נושא משכנעת שמעוררת את עניין הנמען.
2. התאם אישית את המייל על ידי פנייה לנמען בשמו.
3. בצע **אופטימיזציה** של טקסט התצוגה המקדימה של הדוא"ל כדי לגרום לנמען לפתוח את הדוא"ל.

שישה שלבים ליצירת ניוזלטר עם ROI אופטימלי

שלב 6

הערכת ביצועים

שיעור קליקים (CTR): שיעור הקליקים מודד את אחוז המנויים שלחצו על קישור בדוא"ל שלך. שיעור קליקים טוב הוא בדרך כלל בסביבות 2-3%.

כדי לשפר את שיעור הקליקים שלך:

1. כלול קריאה לפעולה ברורה (CTA) שאומרת לנמען מה לעשות הלאה.
2. השתמש בכפתורים מושכי עין או קישורים הבולטים משאר האימייל.
3. בצע אופטימיזציה של דף הנחיתה שבו הנמען נוחת לאחר לחיצה על הקישור כדי לוודא שהוא מתיישב עם תוכן האימייל וההודעה.

שישה שלבים ליצירת ניוזלטר עם ROI אופטימלי

שלב 6

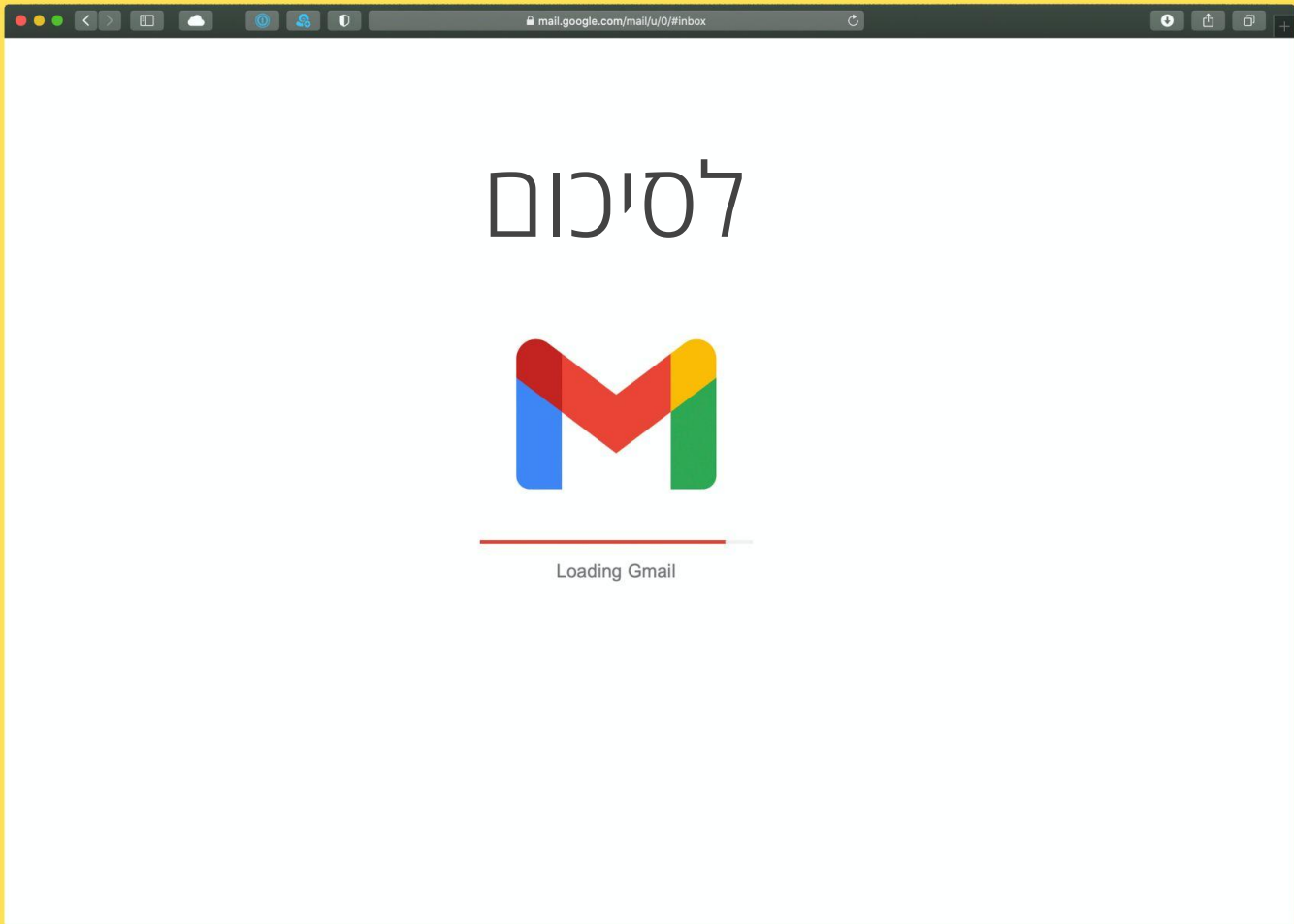
הערכת ביצועים

שיעור המרה: שיעור ההמרה מודד את אחוז המנויים שעשו את הפעולה הרצויה, כגון ביצוע רכישה או מילוי טופס. שיעור המרה טוב תלוי בסוג העסק ובקמפיין, אך הוא בדרך כלל בסביבות 2-5%.

כדי לשפר את שיעור ההמרה שלך:

1. יצירת הצעת ערך ברורה ומשכנעת המניעה את הנמען לנקוט בפעולה.
2. שימוש בהוכחות, כגון ביקורות של לקוחות או המלצות, כדי לבנות אמון ואמינות.
3. ביצוע אופטימיזציה של תהליך התשלום או הטופס כדי להפוך אותו לקל וחלק ככל האפשר.

על ידי מעקב אחר מדדי מפתח אלה וביצוע התאמות על סמך התוצאות, נוכל לשפר את האפקטיביות של מסעות הפרסום בשיווק בדוא"ל לאורך זמן.



לסיכום



Loading Gmail

ליצירת קמפיין אימייל אפקטיבי עם ROI גבוה יש לשים דגש על:

- הגדרת מטרת המייל וקהל היעד שלנו
- תוכן מתאים לכאב של הלקוחות שלנו - בניית אמון ע"י שליחת תוכן
- שורת נושא ששוברת את "חומות השעמום" - התמקדות במסר אחד
- עיצוב פונקציונאלי
- ניטור ביצועים מתמשך

אימייל מרקטינג בתחום ה B2B שונה ממייל B2C מכיוון שב-B2B, יש לא רק אדם אחד אלא קבוצה של אנשים בחברת היעד (בדרך כלל בתפקידים שונים) המשפיעים על החלטת הקנייה ולוקחים חלק במסע הלקוח.

- ❑ תוכן - אל תכפה את המכירה, תודיע והיו מועילים ללקוחות הפוטנציאליים שלך במקום זאת.
- ❑ הסבירו את הערכים והדברים שהחברה שלכם מעדיפה - זה יעזור לבנות אמון ולהראות עד כמה המותג שלכם מתאים למה שהם מצפים מהשותפים העסקיים שלהם.
- ❑ התאמה אישית של הניוזלטר - שימוש באבני דרך על שימוש במוצר/שירות של החברה
- ❑ הדגש את המוצרים הפופולריים ביותר שלך - זה ישאיר אנשים מעודכנים לגבי מה שאתה מציע.
- ❑ שלח מידע ועצות כיצד להפיק יותר מהמוצר שלך למי שכבר קנה אותו. הקפד לכלול את התכונות הנוחות והחדישות האלה שאינן ברורות מהמבט הראשון.



תודה רבה!
tamir@booya.co.il

EMAIL MARKETING



From: [The LogMeIn Team](#)

Subject: IT Apocalypse: Don't Just Survive. Prevent it.



I.T. APOCALYPSE
DON'T JUST SURVIVE IT. PREVENT IT.



Choosing EmailOctopus means choosing cleaner oceans



By choosing EmailOctopus as your email marketing tool, you've also made the choice to save marine wildlife, protect our oceans and raise awareness about ocean pollution.

You're missing out on the full power of Calendly!



Looking to make scheduling meetings even easier? Upgrade your Calendly account today to:

- Setup multiple event types that can be customized with availability settings, invitee questions and more.
- Remind your invitees to show up to meetings prepared and on time by adding custom email and text message reminders to your events.
- Display team-wide availability and create team event types that allow you to distribute meetings between team members or let invitees meet with multiple team members.

[Upgrade Now](#)

97% of users surveyed said Calendly helped them achieve their business goals more easily. Upgrade your account today and find even more success.

Rock Candy Media

From: [Rock Candy Media](#)

Subject: [Do you know what you're getting into?](#)


ROCK CANDY MEDIA

512.291.7626

WE SHOULD
NEVER BE
ANYONE'S FIRST
AGENCY

**We don't think like the other
agencies, and we don't act like
them either.**

Slide 14

FROM:  Unsplash on September 20, 2019
SUBJECT: 50 million views on your Unsplash photos 🌟?



50 million views & counting

50 million views & counting

Hey Kym,

Annie here from the Unsplash team!

We wanted to personally drop a quick line to say a huge congrats on reaching 50M views on your Unsplash photos!

Hopefully soon, we'll be able to share with you all the wonderful things that people around the world have made with your photo. Your photos have truly made it easier for others to create, and that's super inspiring. It's the reason why I share my photos on Unsplash :)

This is an incredible figure. I know this is something small, but we'd love to send you something in the mail as a way of saying thanks for contributing so generously to Unsplash.

If you can send us your mailing address, that would be great.

From: [Adobe](#)

Subject: [Creativity can increase your business success](#)



Adobe MAX The Creativity Conference

A free virtual event Oct 26-28

Creativity is the secret sauce.