

التسويق عبر البريد الإلكتروني



رغم أن Email Marketing أو التسويق عبر البريد الإلكتروني ينتمي **للمدرسة القديمة في التسويق**، ويعتقد بعض المسوقين أن تأثيره بات ضعيفا، لكنه في الحقيقة مازال يعتبر واحدا من أقوى وأهم قنوات التسويق الإلكتروني، لكونه ضلع أساسي في العملية التسويقية لأي تجارة أونلاين، فهو يعمل جنبا إلى جنب مع باقي القنوات التسويقية ويكملها.

1. فهم أساسيات التسويق عبر البريد الإلكتروني

يعتبر التسويق عبر البريد الإلكتروني استراتيجية فعالة للتواصل مع العملاء وتسويق المنتجات والخدمات عن طريق البريد الإلكتروني.

1.1 تعريف التسويق عبر البريد الإلكتروني

يشير التسويق عبر البريد الإلكتروني إلى استخدام البريد الإلكتروني كوسيلة للتواصل مع العملاء وإرسال رسائل تسويقية وإعلانية إليهم. يتضمن ذلك إرسال رسائل إلكترونية مباشرة إلى صندوق البريد الوارد للعميل بغرض الترويج للعروض والمنتجات والخدمات التي تقدمها الشركة.

التسويق عبر البريد الإلكتروني هو تسويق إلكتروني مباشر يعتمد فيه على رسائل تهدف إلى زيادة في نسبة المبيعات أو نسبة مشاهدة الصفحات، حسب طبيعة الموقع المنظم للحملة التسويقية.

التسويق عبر البريد الإلكتروني هو استراتيجية تسويق رقمية تركز على إرسال رسائل بريد إلكتروني من العمل في المؤسسة إلى **المشاركين** لدى المؤسسة.

"المشاركين" هم جهات اتصال البريد الإلكتروني الخاصة بالمؤسسة الذين قاموا بالتسجيل في قائمتها البريدية ومنحوها إذنًا صريحًا لتلقي رسائل البريد الإلكتروني منها.



2.1. أهمية التسويق الإلكتروني في العصر الرقمي

في العصر الرقمي الحالي، أصبح التسويق الإلكتروني أداة حاسمة لنجاح أي عمل تجاري. يتيح التسويق الإلكتروني للشركات الوصول إلى جمهور واسع من العملاء المحتملين والتفاعل معهم بطرق فعالة. يوفر التسويق عبر البريد الإلكتروني قناة مباشرة للتواصل مع العملاء وبناء علاقة وثيقة معهم عبر رسائل مخصصة وشخصية.

- يمكن للشركات من خلال التسويق عبر البريد الإلكتروني الوصول إلى **الفئة المستهدفة بشكل سهل وسريع** والاستغناء عن مساحة طباعة أو فترة من التلفزيون أو الراديو و تكاليف الإنتاج المرتفعة.

- يساعد التسويق عبر البريد الإلكتروني المؤسسات على الوصول إلى الفئة المستهدفة وكذلك على **البقاء على تواصل مع قاعدتها الشرائية** كما بإمكان المؤسسات المحافظة على زبائنها الحاليين واستهداف أسواق وزبائن جدد.

- يمكن للمؤسسات التي تستخدم التسويق عبر البريد الإلكتروني من **تحديد مدى فعالية الحملة التسويقية التي تستخدمها** وملاحظة أنها تحصل على عائد أكثر بكثير من ذلك الذي كانت ستحصل عليه لو استخدمت طرق التسويق التقليدية.

2. استراتيجيات التسويق عبر البريد الإلكتروني للوصول لنتائج مثالية

من أجل تحقيق نتائج مثالية في التسويق عبر البريد الإلكتروني، يجب أن تراعي بعض الاستراتيجيات الفعالة. إليك بعض النصائح التي يمكن أن تساعدك في الوصول إلى أهدافك:

1. **قم ببناء قائمة بريدية استهدافية:** حدد الجمهور المستهدف لحملة بناءً على العوامل المشتركة مثل الاهتمامات والسلوكيات والديموغرافيات. تجنب إرسال الرسائل لجمهور عشوائي، بل ركز على الوصول إلى الأشخاص الذين قد يكونون مهتمين بعروضك ومنتجاتك.

2. **أنشئ رسائل تسويقية قوية:** قم بكتابة نصوص تسويقية فعالة وجذابة تحت القارئ على التفاعل. استخدم عناوين جذابة ومحتوى قيم يحقق الفائدة للمستلمين. كما يجب أن تكون الرسائل متجاوبة وسهلة القراءة على مختلف الأجهزة.

3. **قم بتحليل وتقييم الحملات البريدية:** قم بمراقبة وتحليل أداء حملاتك البريدية بانتظام. قم بتقييم معدلات الفتح والنقر والتحويل واستخدم هذه المعلومات لتحسين حملاتك المستقبلية. كما يمكنك اختبار العناصر المختلفة في الرسائل مثل العنوان والصور لتحديد أفضل الممارسات.

4. **استخدم أدوات وتقنيات متقدمة للتحليل والتحسين:** استفد من أدوات التحليل والتتبع المتاحة لقياس أداء حملاتك بشكل شامل وتحسينها. يمكن استخدام تقنيات التجزئة لتجربة اختلافات صغيرة في الرسائل وقياس تأثيرها على أداء الحملة.

تذكر أن الاستمرار في التحسين والتجربة هما المفتاحان للحصول على أفضل النتائج في مجال التسويق عبر البريد الإلكتروني.

• كيفية بناء قوائم بريدية مستهدفة وفعالة

للبدء في بناء قائمة بريدية مستهدفة، يجب أن تتضمن استراتيجيتك الأبحاث والتحليلات المتعلقة بالجمهور المستهدف. قم بتحديد السمات الرئيسية للجمهور الذي ترغب في استهدافه، مثل العمر، الجنس، الموقع الجغرافي، والاهتمامات الخاصة بهم. هذا سيساعدك في جذب العملاء المحتملين الذين يستجيبون بشكل أفضل لرسائل التسويق الخاصة بك.

• أهمية الجودة على الكمية في قوائم البريد الإلكتروني

الجودة هي المفتاح لنجاح حملات التسويق عبر البريد الإلكتروني. قائمة بريدية ذات جودة عالية تضم مشتركين فاعلين ومهتمين بما تقدمه. بناء قائمة مستهدفة يضمن زيادة فرص نجاح الحملات من خلال تحسين معدلات الفتح والنقر والتحويل، مما يعزز المبيعات والربحية.

• استراتيجيات تجميع البريد الإلكتروني

هناك العديد من الاستراتيجيات التي يمكنك استخدامها لجمع البريد الإلكتروني لبناء قائمة مستهدفة. إليك بعض الاستراتيجيات الفعالة:

1. إنشاء نماذج استقبال البريد الإلكتروني على موقع الويب الخاص بك للحصول على تسجيلات المشتركين.
2. تقديم خصومات وعروض حصرية للمشاركين في القائمة البريدية.
3. الترويج لقائمتك البريدية عبر وسائل التواصل الاجتماعي والمدونات والمواقع الأخرى.
4. استخدام نهج المحتوى المغري لجذب المزيد من المشتركين.

• استخدام أدوات تحسين قوائم البريد الإلكتروني

هناك العديد من الأدوات المتاحة لتحسين قوائم البريد الإلكتروني وتحقيق نتائج أفضل في حملاتك. يمكنك استخدامها لإدارة وتنظيم القوائم، وتتبع أداء الحملات، وتحليل بيانات المشتركين، وتخطيط الرسائل التسويقية. اختر الأدوات التي تناسب احتياجاتك وميزانيتك لتحقيق أهدافك التسويقية بكفاءة.

لإنشاء قوائم بريدية فعّالة، ركز على جذب المشتركين المهتمين وتقديم محتوى قيم. استخدم الأدوات المناسبة لتتبع وتحليل أداء حملاتك لتحسين نتائج التسويق عبر البريد الإلكتروني.



• تصميم وتخطيط البريد الإلكتروني لتعزيز الاستجابة

تصميم وتخطيط البريد الإلكتروني هو جزء مهم لزيادة معدلات الاستجابة وتحقيق التفاعل مع القارئ. بعض النصائح الهامة لتصميم البريد الإلكتروني المؤثرة تشمل:

- استخدام تصميم متجاوب: يجب أن تكون رسائل البريد الإلكتروني قابلة للقراءة والاستجابة على جميع الأجهزة المختلفة، بما في ذلك الهواتف الذكية والأجهزة اللوحية وأجهزة الكمبيوتر.
- الاهتمام بتنسيق الرسالة: يجب أن تكون رسالة التسويق منظمة وسهلة القراءة، مع استخدام فقرات مختصرة وتنسيقات نصية واضحة.
- استخدام الصور والعناصر المرئية: يمكن استخدام الصور والرسومات والأيقونات لجذب الانتباه وتعزيز القيمة المرئية للرسالة.
- بناء روابط قوية: ينبغي أن تحتوي رسالة التسويق على روابط واضحة وقوية توجه القارئ إلى صفحة الويب المحددة أو إلى إجراء معين.
- استخدام اللغة السهلة والواضحة.

باستخدام هذه الأفكار والأدوات، يمكنك الكتابة وتصميم رسائل تسويقية فعالة تحقق التفاعل وتعزز استجابة

3. أدوات وتطبيقات لإدارة وتنظيم حملات البريد الإلكتروني

في عام 2024، توفر أدوات تحليل البريد الإلكتروني نظرة شاملة على أداء الحملات البريدية. تساعد هذه الأدوات في تحليل مؤشرات مثل معدلات الفتح والنقر والتحويل والتفاعل مع المحتوى. باستخدام هذه البيانات، يمكنك تحسين استراتيجيات التسويق البريدية وزيادة فعالية الحملات.

بفضل التقدم التكنولوجي، تتوفر العديد من الأدوات والتطبيقات لإدارة حملات البريد الإلكتروني بكفاءة. تساعد هذه الأدوات المسوقين في إنشاء وتنظيم وقياس الحملات، وتوفير ميزات متقدمة لتحقيق الأهداف التسويقية بسرعة ودقة.



1.3 . مقارنة بين أهم أدوات التسويق عبر البريد الإلكتروني

لتحقيق أفضل النتائج في حملات البريد الإلكتروني، من المهم اختيار الأداة المناسبة لاحتياجاتك. هناك العديد من الأدوات التي تقدم ميزات متنوعة، مثل تصميم الرسائل، إدارة قوائم البريد، وتتبع وتحليل نتائج الحملات. بمقارنة هذه الأدوات، يمكنك اختيار الأنسب لحجم حملتك واحتياجاتك التسويقية.

2.3 . كيفية اختيار الأداة المناسبة لحجم ونوع الحملة البريدية

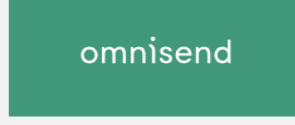
عند اختيار الأداة المناسبة لحملتك البريدية، يجب مراعاة عدة عوامل. أهمها حجم الحملة ونوع المحتوى. إذا كنت تخطط لحملة صغيرة، يمكن أن تكون الأدوات الأساسية والمجانية مثل "Mailchimp" أو "SendinBlue" مناسبة. أما للحملات الكبيرة التي تحتاج ميزات متقدمة مثل التخصيص والتتبع، فقد تكون أدوات مثل "HubSpot" أو "Salesforce Marketing Cloud" أفضل. كما يجب مراعاة ميزانيتك وانطباعاتك عن الأدوات المتاحة ومدى توفر الدعم والتدريب.

<https://follow4u.vip/email-marketing/>

4. أهم برامج تسويق عبر البريد الإلكتروني :

أهم المواقع التي تقدم خدمات EMAIL MARKETING

إن وظيفة مقدمي خدمات التسويق عبر البريد الإلكتروني تتضمن بناء نظام كامل لتسجيل وحفظ بيانات المشتركين، وأيضاً ضبط وإدارة نظام إرسال الرسائل بصورة آلية. ومن هذه المؤسسات نذكر ما يلي:



الآن دعونا نحلل أفضل برامج التسويق عبر البريد الإلكتروني المذكورة. يعد برنامج البريد الإلكتروني المذكور أشهر برامج التسويق عبر البريد الإلكتروني، كما أن كل برنامج مناسب للمبتدئين:

– [ActiveCampaign](#) أفضل برامج التسويق عبر البريد الإلكتروني للشركات الصغيرة

– [إدارة علاقات العملاء بطلاقة](#) – أبسط وأسرع برامج التسويق عبر البريد الإلكتروني

– [Sendinblue](#) برامج تسويق عبر البريد الإلكتروني آمنة وموثوقة

– [Mailchimp](#) أفضل منصة للتسويق والأتمتة والبريد الإلكتروني

– [أوبر](#) - برامج التسويق عبر البريد الإلكتروني المجانية

– [GetResponse](#) أفضل تسويق احترافي عبر البريد الإلكتروني للجميع

– [الاتصال المستمر](#) – برنامج تسويق عبر البريد الإلكتروني سهل الاستخدام

– [ConvertKit](#) برامج تسويق عبر البريد الإلكتروني عالية الجودة

– [MailerLite](#) منصة تسويق عبر البريد الإلكتروني سريعة وقابلة للتطوير

– [فلوديسك](#) - جربه مجاناً لمدة 30 يوماً، دون الحاجة إلى بطاقة ائتمان

Grow your business with customer experience automation

The email marketing, marketing automation, and CRM tools you need to create incredible customer experiences.

Email Address

Try it free. No credit card required. Instant setup.

بدافع الحملات النشطة سوف تحصل على ميزات مثل:

- ☐ أكثر من 125 قالبًا للبريد الإلكتروني
- ☐ الرسائل القصيرة
- ☐ CRM
- ☐ المحتوى التنبؤي

<https://googlehost.com/ar/%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%82%D8%A7%D9%84%D8%A3%D9%81%D8%B6%D9%84-%D8%A3%D8%AF%D9%88%D8%A7%D8%AA-%D8%A8%D8%B1%D8%A7%D9%85%D8%AC-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B3%D9%88%D9%8A%D9%82-%D8%B9%D8%A8%D8%B1-%D8%A7%D9%84%D8%A8%D8%B1%D9%8A%D8%AF-%D8%A7%D9%84%D8%A5%D9%84%D9%83%D8%AA%D8%B1%D9%88%D9%86%D9%8A>

FluentCRM – أبسط وأسرع برامج التسويق عبر البريد الإلكتروني



Home Features Integrations Resources FluentSMTP

Email Marketing Automation dedicated to WordPress, and you!

FluentCRM is a Self Hosted Email Marketing Automation Plugin for WordPress. Manage your leads and customers, email campaigns, automated email sequencing, learner and affiliate management, and monitor user activities and many more in one place; without ever having to leave your WordPress dashboard!



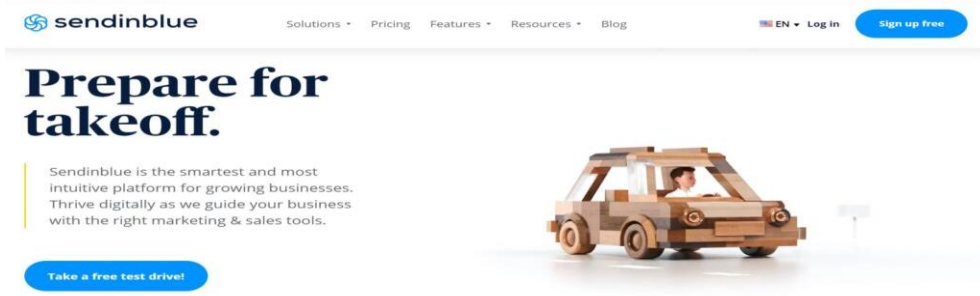
FluentCRM: The Fastest WordPress CRM Plugin

Watch on 

✓ هذه الأداة مكلفة نوعا ما ولكن ستحصلك على ميزات متعددة تساعدك على توسيع نطاق وصولك وحضور الجمهور:

- * حملات بريد إلكتروني غير محدودة.
- * أتمتة التسويق.
- * إدارة قائمة البريد الإلكتروني.
- * مراقبة نشاط المستخدم.

SendinBlue هو برنامج تسويق عبر البريد الإلكتروني مرّن ومتعدد الاستخدامات يعمل على الأتمتة مع التتبع الشرعي وقوالب البريد الإلكتروني الجذابة للغاية.



SendinBlue يقدم لك ميزة تتبع سلوك العملاء بدوام كامل مما يجعل هذا البرنامج من بين أفضل مقدمي خدمات التسويق عبر البريد الإلكتروني.

مميزات SendinBlue:

إدارة علاقات العملاء وإدارة جهات الاتصال

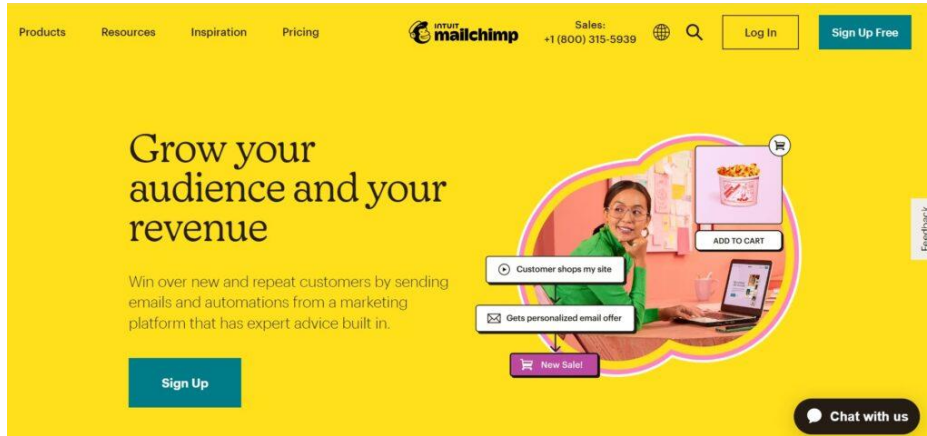
إدارة البريد الإلكتروني للمعاملات

إدارة التسويق عبر الرسائل النصية القصيرة

حملة اعلانات الفيسبوك

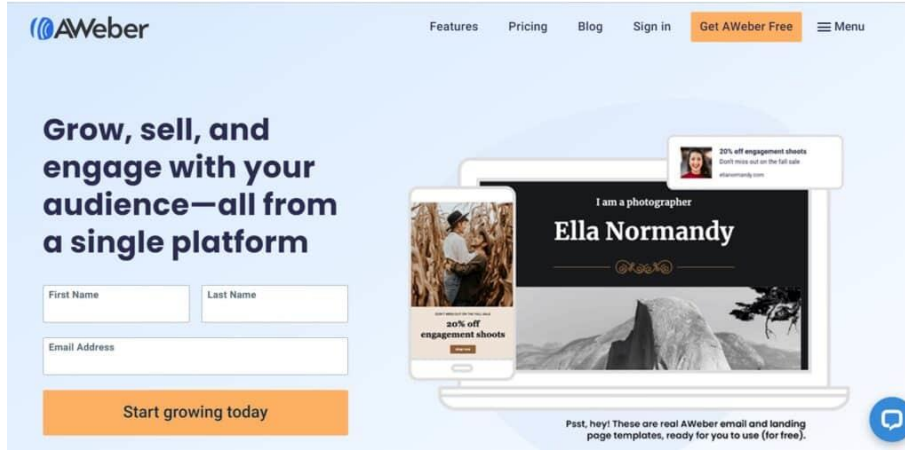
أفضل منصة للتسويق والأتمتة والبريد الإلكتروني

Mailchimp –



مميزات هذا البرنامج:

- ☐ بسيطة وقابلة للتخصيص
- ☐ تحليلات تفصيلية
- ☐ مميزات استهداف الجمهور
- ☐ يمكنك إعادة جذب جمهورك بسهولة



أوبر هي إحدى أدوات التسويق عبر البريد الإلكتروني الأكثر سهولة في الاستخدام والتي تساعدك على إدارة استراتيجياتك من خلال لوحة التحكم الأكثر سهولة التي توفرها الشركة.

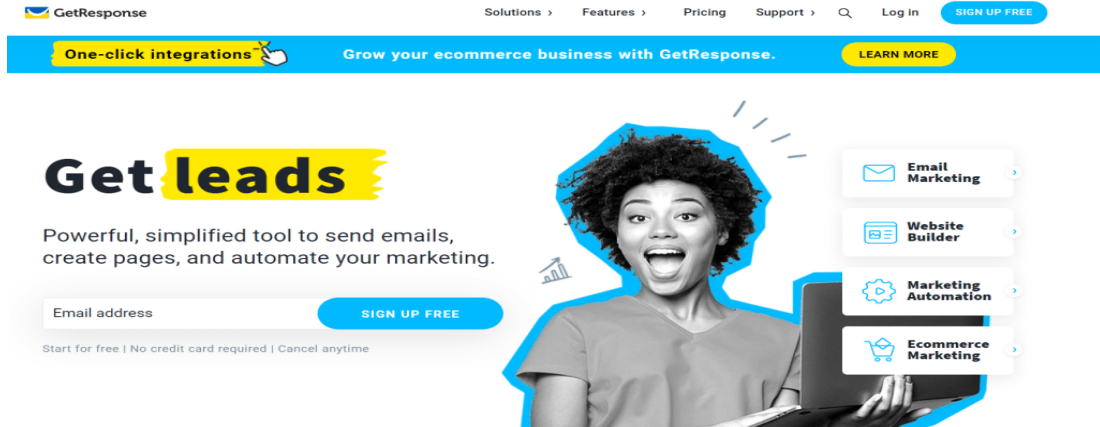
الميزات الرئيسية التي يعجب بها كل مبتدئ :

- ☐ رسائل البريد الآلي
- ☐ البث الذكي
- ☐ خاصية السحب والإسقاط
- ☐ نماذج الاشتراك جذابة

أفضل تسويق بريد إلكتروني احترافي للجميع

GetResponse –

GetResponse قادر على إرسال رسائل البريد الإلكتروني الترحيبية والمتابعات والسلاسل التعليمية والعملاء المحتملين الطبيعيين.



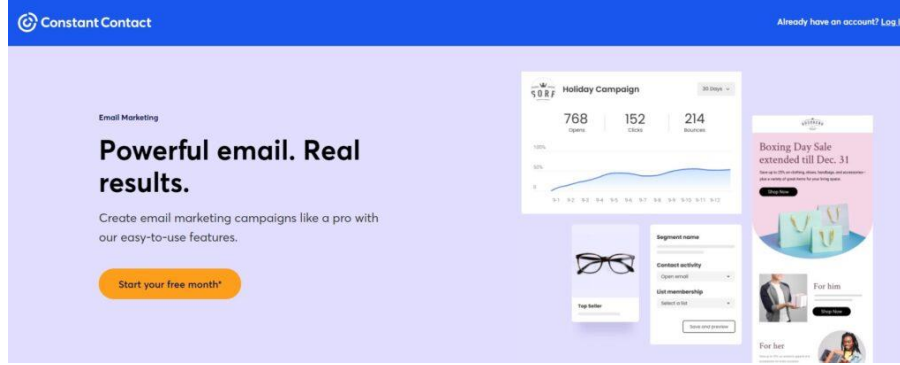
كما أنها توفر أ الإصدار التجريبي المجاني من 30 يومًا وعندما تبدأ في الإعجاب بخدماتهم، يمكنك شراء النسخة الكاملة لها / 15\$ شهر.

دعونا نلقي نظرة على ميزاتهم:

- ☐ الرد الآلي
- ☐ تتبع زيارات الموقع
- ☐ بناء الصفحات المقصودة
- ☐ يمكن إنشاء إعلانات مدفوعة مثلاً فيسبوك وجوجل.

الاتصال المستمر – برنامج تسويق عبر البريد الإلكتروني سهل الاستخدام

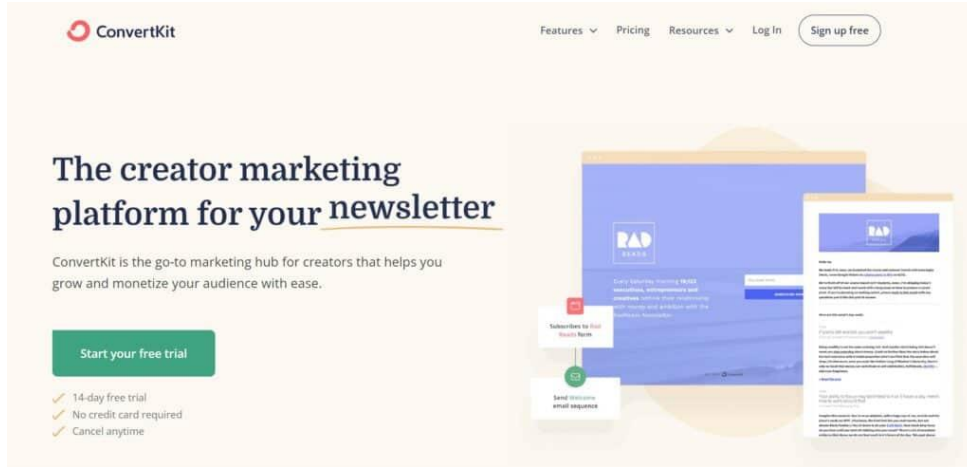
يقدم لك كل حساب من **Constant Contact** عددًا غير محدود من رسائل البريد الإلكتروني وتتبعًا سهلاً ومشاركة اجتماعية مدمجة .



مميزاته:

- ☐ محرر البريد الإلكتروني الذكي
- ☐ أتمتة التسويق عبر البريد الإلكتروني
- ☐ أدوات التجارة الإلكترونية الذكية
- ☐ منشئ الصفحات المقصودة

ConvertKit – برنامج تسويق عبر البريد الإلكتروني عالي الجودة



مميزات برنامج : ConvertKit

- ☐ أتمتة كاملة
- ☐ التكاملات الخاصة
- ☐ صديقة للتجارة الإلكترونية
- ☐ نماذج تسجيل بريد إلكتروني بديهية

MailerLite – منصة تسويق عبر البريد الإلكتروني سريعة وقابلة للتطوير

MailerLite هو برنامج تسويق عبر البريد الإلكتروني بسيط وموجه نحو الأعمال ويؤدي وظيفته بكفاءة عالية. يقدم MailerLite أيضاً أفضل برامج التسويق عبر البريد الإلكتروني بأسعار معقولة. يوفر برنامج التسويق عبر البريد الإلكتروني هذا معظم الميزات الموفرة للوقت.

Create **websites** your audience will love

Digital marketing tools to grow your audience faster and drive revenue smarter. Backed by 24/7 award-winning support.

Sign up free

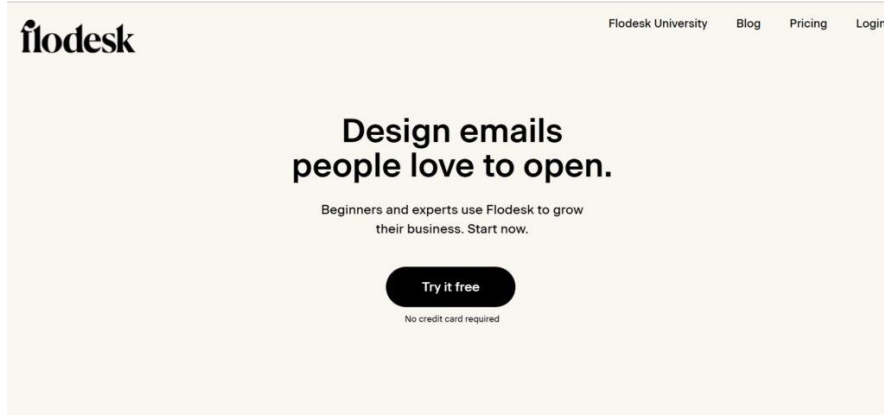
Get free 30-day trial to premium features

Automation →

دعونا نلقي نظرة على ميزاتهم :

- ☐ عروض خطط مجانية
- ☐ أرخص من منافسيها
- ☐ برنامج تحرير الصور المدمج
- ☐ محرر النصوص الغني

Flodesk - جربه مجاناً لمدة 30 يوماً، دون الحاجة إلى بطاقة ائتمان



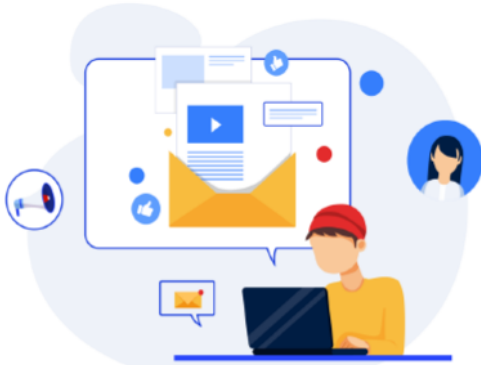
يقدم لك Flodesk ميزة إعداد التقارير/التحليلات النظيفة والبسيطة والتفاعلية. ستساعدك لوحة المعلومات على تحليل اهتمامات المستخدم لديك وأشياء أخرى كثيرة.

- ☐ قوالب مذهلة
- ☐ منشئ البريد الإلكتروني البديهي
- ☐ نماذج عالية التحويل
- ☐ إعداد سريع لسير العمل

أهم الخدمات التي تقدمها مؤسسات EMAIL MARKETING

1. تمثل خدمات التسويق عبر البريد الإلكتروني وحدة لتخزين بيانات المستخدمين المشتركين في قوائم المؤسسات البريدية.
2. توفر للمؤسسات قوالب لاستمارات التقاط بيانات المستخدمين.
3. توفر للمؤسسات إمكانية الإرسال الآلي للرسائل التي تود إرسالها وفقا لأوامر تحددتها المؤسسة أولا بنفسها.
4. توفر للمؤسسات قوالب ونماذج لرسائل HTML مع إمكانية التعديل عليها.
5. توفر للمؤسسات إحصائيات دقيقة لمعدلات فتح الرسائل والضغط على الروابط وإلغاء الاشتراك... الخ.
6. توفر للمؤسسات إمكانية رفع قوائم بريدية جاهزة واستخدامها (وذلك وفقا لشروط معينة).
7. توفر للمؤسسات إمكانية أخذ نسخة من القوائم البريدية الخاصة بها.

كيفية التسويق عبر البريد الإلكتروني



التسويق عبر البريد الإلكتروني يقوم بشكل أساسي من خلال الإعداد والضبط الصحيح للمنظومة التسويقية البريدية، فهو يعتمد بشكل كبير على الآلية التي على المؤسسات ومستخدمي هذه التقنية إعدادها، ومن ثم مراقبة الأداء وعمل التطويرات اللازمة لتحسين النتائج. وفي ما يلي سوف نحاول تلخيص أهم الخطوات التي يتم من خلالها التسويق عبر البريد الإلكتروني:

الخطوة الأولى: بناء النظام

Email Marketing له طبيعة خاصة، مختلفة نوعا ما عن باقي أنواع التسويق الرقمي، فهناك نظام أو System لابد من بناءه أولا لكي تبدأ المؤسسات عملية التسويق عن طريق الإيميل. وهذا النظام يتكون من بعض العناصر وهي:

أ/ الاشتراك في أحد خدمات (Email Marketing)؛

ب/ تصميم استمارة لالتقاط بيانات المستخدمين؛

ج/ ربط استمارة الاشتراك في القائمة البريدية بخدمة Email Marketing؛

د/ ضبط هوية العلامة التجارية الخاصة بالمؤسسة: مثل وضع شعار المؤسسة، واختيار ألوان معينة لاستخدامها من خلال إنشاء رسائل بلغة (html)؛

هـ/ ضبط نظام الرسائل: الرسائل هي المخرج التسويقي النهائي من عملية التسويق عبر البريد الإلكتروني، وهي يتم ضبطها من خلال شركة التسويق عبر البريد الإلكتروني، ويتم إرسالها بشكل آلي وفقا لأوامر معدة مسبقا. وهنا تكون الرسائل إما:

- رسائل نظامية: مثل رسالة تفعيل البريد الإلكتروني، رسالة الترحيب بالاشتراك الجديد.

- رسائل تسويقية: وهي الرسائل التي تقوم بإرسالها للقائمة البريدية لأغراض ترويجية.

الخطوة الثانية: بناء القائمة البريدية

تسمى هذه العملية في عالم Email Marketing بمصطلح **Opt-in**، وهناك مصطلح آخر مهم ويسمى **Double Opt-In**، والفرق بين الأول والثاني؛ أنه في الأول تنتهي عملية التسجيل بالقائمة البريدية بمجرد ادخال البيانات.

أما في **Double Opt-In** فيجب تفعيل عنوان البريد الإلكتروني، وذلك عن طريق ارسال رسالة للبريد الإلكتروني بها رابط خاص، يجب أن يقوم المستخدم بالضغط على هذا الرابط لتفعيل التسجيل بالقائمة البريدية.

وجميع المحترفين في عالم التسويق عبر البريد الإلكتروني يوصون ببناء القوائم البريدية من نوع **Double Opt-In**.

الخطوة الثالثة: البدء في ارسال الرسائل التسويقية

هذه العملية مرتبطة بإعدادات النظام، فمن الصعب القيام بإرسال الرسائل التسويقية للمستخدمين بشكل يدوي. من هنا تأتي أهمية النظام، فمثلا يمكن للمؤسسة ضبط رسالة ترسل كل شهر تحتوى على أكثر المنتجات مبيعا في متجرها الإلكتروني.

يمكنك ضبط رسائل تسويقية اسبوعية للمستخدمين أو شهرية أو كل 15 يوم، وليس هذا فقط ما يمكن ضبطه من خلال النظام، فهناك الكثير من الإعدادات المتقدمة الأخرى التي من خلالها يمكن تصنيف مشتركى القائمة البريدية، وارسال رسائل خاصة لهم وفقا لتصنيفهم هذا. فمثلا يمكن ارسال رسالة لكل متسوق مر ثلاثة أيام على تركه عربة تسوق دون اتمام عملية البيع.

أهم إيجابيات التسويق عبر البريد الإلكتروني

تمثل إيجابيات التسويق عبر البريد الإلكتروني في أهم الأسس للانطلاق في حملات التسويق التجاري و الإشهاري إلكترونيا. و من أهم هذه الإيجابيات نذكر ما يلي:



- ☐ سهولة استخدام البريد الإلكتروني؛
- ☐ تكاليف منخفضة مقارنة مع الوسائل الأخرى؛
- ☐ استهداف الزبائن بالطريقة الصحيحة؛
- ☐ التحكم في توقيت إدارة الحملات الإعلانية الإلكترونية؛
- ☐ المتابعة و دراسة فاعلية الحملات الإعلانية؛
- ☐ التركيز علي العلامة التجارية في بناء الحملات و نشرها؛
- ☐ إنشاء و تطوير العلاقة مع الزبائن؛
- ☐ السرعة في إدارة الحملات و قياس النتائج؛
- ☐ توفير الزمان و المكان في إدارة الحملات الإعلانية؛
- ☐ الأداء و الانتشار التلقائي و الأوتوماتيكي.

أهم سلبيات التسويق عبر البريد الإلكتروني

يمكن تلخيص أهم هذه السلبيات في النقاط التالية:

- يجد بعض الأشخاص المتلقين لهذه النوعية من رسائل التسويق عبر البريد الإلكتروني أنها رسائل عشوائية مما يؤدي إلي عدم الاهتمام بها وفسخها.
- الاستخدام المفرط و الغير قانوني لقاعدة بيانات عناوين الحرفاء (الزبائن).
- عمليات التحيل والترويج الوهمي لمنتجات غير متواجدة بالأسواق العالمية.
- وجود شركات وهمية تدعي امتلاكها لمنتوج شهير و ذات جودة عالية و ذلك قصد الخداع و إيقاع المستخدم في عمل وهمي و دفع ثمن دون مقابل.
- فسخ الرسائل المزعجة دون الاطلاع عليها.
- عمليات الدعاية والإشهار غير المنظمة والتي ترسل إلي أشخاص غير مهتمين بذلك المنتج.
- الحملات الغير مستهدفة لها نتائج سلبية.
- وجود العديد من المتحيلين الذين يبيعون في الوهم على شبكات الإنترنت لذلك يجب الاختيار الجيد قبل الترويج إلي أي منتج.
- عمليات الخداع وإيقاع المروجين والحرفاء في الوهم دون دفع عمولة عمل أو خدمة.

ما هي أتمتة التسويق Marketing automation ؟

أتمتة التسويق هي عملية استخدام برمجيات مخصصة لأتمتة المهام التسويقية المتكررة، وتبسيط سير العمل، وزيادة الكفاءة. تتيح هذه التقنية للمسوقين استهداف الجمهور المناسب بالرسالة المناسبة في الوقت المناسب، مع تقليل الوقت والموارد اللازمة لتنفيذ الحملات.

يمكن استخدام أتمتة التسويق عبر قنوات متعددة، مثل البريد الإلكتروني ووسائل التواصل الاجتماعي والموقع الإلكتروني، لتقديم تجارب مخصصة للعملاء.

ما أهمية أتمتة التسويق للشركات ؟

أصبحت أتمتة التسويق الرقمي أداة أساسية للشركات بجميع أحجامها. فهو يسمح للشركات بتبسيط عملياتها التسويقية وتوفير الوقت وتحسين كفاءتها الشاملة. فيما يلي بعض الفوائد الرئيسية لأتمتة التسويق الرقمي:

- الكفاءة والإنتاجية
- تعزيز تجربة العملاء
- القرارات المبنية على البيانات
- زيادة العائد على الاستثمار

أنواع أتمتة التسويق

يمكن للشركات استخدام الأتمتة لتحسين جهودها التسويقية في مختلف القنوات الرقمية. فيما يلي بعض الأنواع الأكثر شيوعًا:

- أتمتة رسائل البريد الإلكتروني: يُستخدم هذا النوع من الأتمتة لإرسال رسائل بريد إلكتروني مخصصة للعملاء بناءً على سلوكهم واهتماماتهم وتفضيلاتهم. ويمكن استخدامه أيضًا لرعاية العملاء المحتملين وتحويلهم إلى عملاء.
- أتمتة وسائل التواصل الاجتماعي: يمكن استخدام أدوات أتمتة الوسائط الاجتماعية لجدولة المنشورات وتتبع الإشارات والتفاعل مع العملاء على منصات التواصل الاجتماعي. ويمكن استخدامه أيضًا لمراقبة سمعة العلامة التجارية وتحليل بيانات المنصات الاجتماعية.

أدوات أتمتة التسويق الرقمي

هناك العديد من التطبيقات البرمجية الجاهزة التي تساعد على أتمتة المهام التسويقية المتكررة وتوفير عليك الكثير من الوقت والجهد

ومن أهمها:

أدوات التسويق عبر البريد الإلكتروني

تساعد أدوات التسويق عبر البريد الإلكتروني على إنشاء رسائل البريد الإلكتروني وإرسالها إلى المشتركين، غالبًا ما تتضمن هذه الأدوات ميزات مثل قوالب البريد الإلكتروني وتجزئة القوائم والتحليلات لمساعدة المسوقين على تحسين حملات البريد الإلكتروني الخاصة بهم.

تتضمن بعض أدوات التسويق عبر البريد الإلكتروني الشائعة ما يلي:

- MailChimp : أداة تسويق عبر البريد الإلكتروني شائعة تقدم خطة مجانية لما يصل إلى 2000 مشترك.
- constant contact : أداة توفر التسويق عبر البريد الإلكتروني والتسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي وميزات أتمتة التسويق الأخرى لديهم خطة تجريبية لمدة 14 يوم.
- HubSpot : منصة لأتمتة التسويق تتضمن ميزات التسويق عبر البريد الإلكتروني وتوليد العملاء المحتملين وإدارة علاقات العملاء.



خاتمة:

باستخدامنا لهذه الاستراتيجيات لإنشاء قائمة بريدية فعالة وإدارة حملات البريد الإلكتروني، يمكننا تحسين جودة التسويق الإلكتروني وزيادة الوعي بمنتجاتنا وخدماتنا. عند الاستخدام الصحيح، يصبح البريد الإلكتروني أحد أهم أدواتنا للوصول إلى جمهورنا المستهدف وتحقيق تواصل فعال معهم.