

Tento dokument slouží k vaší inspiraci a obsahuje ukázky a příklady emailů pro různé situace, ve kterých se nacházíte. Cílem je re-aktivovat a zaujmout.

Ať už začínáte, nebo oslovujete po dlouhé době nebo jen potřebujete oživit kontakty a poslat email, který zacílí na ty pravé. Využijte tento přístup.

Předmět emailu

Předmět je základ a tak využijte tuto starou dobrou strategii, které funguje vždy a spolehlivě v jakékoliv situaci i oboru. Lidé jsou ve vaší databázi, protože se zajímali o něco, co vy máte nebo děláte. A tak jim to připomeňte, nechte je zvednout ruku, ať se ozvou ti, kdo mají právě teď zájem. Použijte předmět typu:

Ještě se zajímáte o...

Pořád chete zlepšit...

Ještě máte zájem o...

Ještě hledáte...

Nyní podle vaší situace, použijte následující příklady:

1. Re-aktivační emaily na kontakty, které chcete zaujmout a přivést je k akci. Použít i jako běžný newsletter pro oživení.

P: Ještě máte zájem o lekce vaření?

Dávám vědět, že další měsíc otevírám nový kurz na téma....

P: Ještě se zajímáte o hubnutí?

V tomto článku jsem popsal velmi zajímavou metodu a přímou zkušenost jedné naší klientky...

P: Pořád chcete zlepšit chování vašeho pejska?

Připravili jsme novou sérii videí na téma...

P: Ještě se zajímáte o to, kam investovat své peníze?

Připravili jsme volný přednáškový večer, kde se s vámi podělíme o nový způsob...

P: Ještě chcete nové auto?

Právě teď pořádáme projížďky v novém modelu...

P: Ještě chcete lépe pečovat o svou pleť?

Právě jsme mezi produkty zařadili novinku...

2. Re-aktivační email pro oslovení po dlouhé době např. na nepoužívanou databázi emailů

Pokud máte připraven seznam dřívějších klientů nebo kontaktů z obchodního styku, kteří měli dříve zájem o vaše produkty a služby, pak je čas znovu obnovit komunikaci úvodním emailem. Kontakty by vás měly znát, měly by si vzpomenout na váš dřívější vztah a komunikaci, pak bude tento email účinný, bude fungovat a poslouží k obnovení komunikace. Nejlépe navažte v emailu na událost, která způsobila, že je nyní kontakt ve vaší databázi.

Jako předmět použijte:

Ještě se zajímáte o...

Pořád chete zlepšit...

Ještě máte zájem o...

Ještě hledáte...

Nebo také varianty:

Je to už doba :)

Jsme zpět

Máte se zae na co těšit

Příští měsíc začínáme

Krásný den.

Vzpomínáte si ještě na náš **PRODUKT/SLUŽBU/AKCI/UDÁLOST/EBOOK**? Je to již čas, co jsme spolu komunikovali naposledy a mezitím se mnoho událo. :)

S radostí vám oznamujeme, že od příštího **TÝDNE/MĚSÍCE** budeme opět pravidelně posílat zajímavé **TIPY/ČLÁNKY/NÁVODY pro oblast XY-VAŠE OBLAST.**

Už brzy se např. dozvíte jak:

HOW-TO NÁVOD

PŘÍPADOVÁ STUDIE

ZAJÍMAVÁ ČÍSLA

Pokud byste od nás dále informace nechtěli, kdykoliv se odhlásíte přes odkaz níže.

Srdečně vás zdravíme.

PODPIS

PS: věděli jste, že **WOW/PŘEKVAPIVÁ FAKTA?**

Více už brzy v dalším emailu.

3. Re-aktivační email na kontakty, se kterými chcete započít osobní rozhovor a nabídnout jim něco konkrétního k nákupu

Příklad emailu, který používám. Tento email vyžaduje přímou odpověď od příjemce. V tom je jeho tajemství. Chceme započít konverzaci, chceme, aby si s námi povídali. Chceme, aby zvedli ruku a my věděli, že mají zájem:

P: Ještě chcete zlepšit email marketing?

Pokud stále stojíte o to zefektivnit email marketing a lépe komunikovat s kontakty nebomáte databázi email kontaktů (klidně i hodně starou), pak dávám vědět, že teď na jaře spojuji dohromady skupinu lidí, kteří by se mnou rádi pracovali na své komunikaci a prodeji díky emailům a v dalších pár měsících prošli procesem, jak znovu-zaujmout databázi svých email kontaktů.

A pak dál s kontakty komunikovali. Posílali newslettery, přitahovali pozornost a posílili tak svůj byznys. (a databázi dále postupně rozrůstali.)

Říkám, že mít databázi email kontaktů je jako vlastnit akcie. Je to vlastně kapitálová investice. :)

Výnos vaší investice teď bude:

- A. klesá
- B. stagnuje
- C. roste

Každopádně držíte v ruce kapitál. A velký. (v některých případech obrovský) Většina podnikatelů a firem, které tento kapitál (databázi) drží, ho až neskutečně podceňují.

Pokud chcete být součástí této skupiny a zajímá vás více informací, stačí odpovědět na david@emailacademy.cz s předmětem: "2017" a do textu "Mám zájem".

A já vám pošlu více informací.

Díky.

Ať se vám daří. David Kirš

PS:

Primárně hledám přátelské lidi, kteří ví, co chtěou a nebojí se jít do akce a mají chuť dělat věci jinak.

4. Vyžádání si souhlasu se zasíláním obchodních sdělení

Nakonec a jen v případě, že víte, co děláte a máte k tomu opravdu svůj důvod. Marketingová účinnost je téměř nulová. Žádné konkrétní propagační informace tento email dle zákona nesmí obsahovat. Pokud máte např. nekvalitní, dlouho nepoužívanou databázi získanou navíc třeba z neurčitých zdrojů, pak je to pro vás jediný způsob, jak si souhlas se zasíláním dle zákona vyžádat a pokusit se započít vztah.

Já takový email nikdy nepoužil, vždy jsem budoval databázi krok za krokem z lidí, kteří se sami přihlásili, že chtějí informace. Z pohledu email marketingu, jak se jej učíme tady v EmailAcademy, je samozřejmě důvěra takového seznamu mizivá a stejně tak čkejte i odezvu. Pokud ale nějakou takovou databázi máte, zde je možnost:

P:

Žádost o souhlas

Potvrzení vašeho emailu

Dobrý den,
dovolujeme si navázat na naši předchozí komunikaci a požádat vás o souhlas se zasíláním informací **XYZ**.

V případě, že si přejete poskytnout souhlas se zasíláním, klikněte na odkaz níže:
URL

Kdykoliv svůj souhlas můžete vzít zpět a odhlásit se. V případě, že na tento e-mail nebudete reagovat, nebudou Vám ve smyslu Zákona č. 480/2004 Sb., zasílána žádná obchodní sdělení.

Děkujeme.

PODPIS