

Email marketing.

Fluxos de automação e integração com CRM

Email Marketing consiste no uso de e-mail para promover produtos e serviços de uma empresa, bem como para incentivar a fidelidade do cliente. O email marketing não só é uma forma de marketing que pode informar os clientes de sua lista de novos produtos, descontos e outros serviços.

Também pode ser uma venda mais suave para educar seu público sobre o valor de sua marca ou mantê-los envolvidos com a sua marca e assim melhor fideliza-los. É uma excelente ferramenta de fidelização.

Quando você deseja expandir sua marca ou vender suas coisas, o marketing por email é uma das ferramentas mais populares – e eficazes – para campanhas de marketing. Vamos ver como o marketing por e-mail – e o uso de e-mails promocionais – pode ajudar a expandir negócios.

Exemplos de diferentes tipos de e-mails de marketing

Email Promocional

Os e-mails podem ser promocionais, informativos ou transacionais e cumprir uma finalidade específica na experiência do utilizador e na geração de lead.

As campanhas de marketing por e-mail são usadas para promover, seja para promover uma oferta especial, o lançamento de um novo produto, um e-book ou um webinar. Uma campanha pode consistir de 3 a 10 emails enviados em vários dias ou semanas.

Os e-mails promocionais têm uma frase de chamariz clara – ou CTA para abreviar. O CTA representa a ação específica que você deseja que o leitor execute, seja visitar uma página da web ou fazer uma compra.

Este tipo de email marketing é enviado sempre que necessário, de acordo com o ritmo do seu negócio.

Email Informativo

Newsletters:

Uma newsletter, como o nome sugere, serve para compartilhar notícias relacionadas ao seu negócio (novos marcos alcançados, novos recursos do produto) ou para destacar um caso de uso do produto. Enviadas de acordo com uma programação definida (semanal, quinzenal, mensal), as newsletters ajudam a manter uma conexão consistente com seus assinantes.

A Newsletter não precisa de ser apenas sobre “notícias”. Imagine que você está escrevendo uma carta individual para cada um dos seus assinantes sobre algo que lhes interessa. Com a devida segmentação ferramentas de personalização nos softwares de email marketing, o conteúdo de cada email pode ser adaptado ao perfil de cada um dos subscritores. Por esta optica, uma newsletter é uma oportunidade de compartilhar ideias, pensamentos, dicas – o que agregar mais valor ao seu público de forma personalizada e segmentada e direcionada.

Anúncios:

o e-mail é a maneira perfeita de informar os clientes sobre anúncios da empresa, novos lançamentos, mudanças no serviço, etc. Como canal, o e-mail possui a formalidade necessária para a entrega de mensagens importantes. Isso explicaria por que o e-mail foi o canal de escolha para as marcas que enviam comunicações de crise durante o COVID-19.

O marketing por email ainda é relevante em 2020?

Email não é uma tecnologia nova. Na verdade, foi um dos primeiros meios de comunicação digital a chegar em 1971. Mas vejam só: o email marketing está quase com quase 50 anos – é mais amplamente usado hoje do que nunca.

A frase ‘Email is dead’ é rebatida na câmara de eco de marketing de vez em quando. Mas não acredite. O e-mail está a ficar o cada vez maior. Basta dar uma olhada nessas estatísticas:

- Em 2019, havia 3,9 bilhões de usuários de e-mail globais
- 80% dos europeus verificam os seus e-mails pelo menos uma vez por dia, com quase um quarto deles verificando os seus e-mails pessoais várias vezes ao dia.
- 80% dos profissionais de negócios acreditam que o marketing por e-mail aumenta a retenção de clientes
- Dados os números, não é surpreendente que o e-mail seja aclamado como o canal mais eficaz no marketing B2B.

Não ter uma estratégia de email marketing significa não só perder oportunidades de vendas mas também diluir e enfraquecer os laços com os clientes.

Quais os benefícios do Email Marketing?

Desde a confirmações de pedidos a newsletters, os e-mails são um aspecto essencial do crescimento e da gestão do de um negócio. O email-marketing ajuda a cumprir **3 objetivos**:

1. Vender produtos ou serviços

Lançando uma venda ou promoção? Você pode enviar uma campanha de marketing por e-mail para seus subscritores para impulsionar as vendas estratégicas.

Algumas técnicas de marketing por e-mail conhecidas por aumentar as taxas de conversão incluem:

Envio de um desconto ou oferta especial por e-mail (e-mails de aniversário / aniversários, e-mails de boas-vindas, e-mails de reactivação de interacção com o cliente)

Emails de carrinho abandonado (acionado sempre que um visitante abandona um carrinho em sua loja online)

2. Brandawarenes e reconhecimento da marca

O que é ótimo sobre o e-mail é que ele permite que entre em contato diretamente com alguém. É a melhor comunicação individual. Além disso, as pessoas não permitem simplesmente que alguém entre em suas caixas de entrada atualmente. É um espaço normalmente reservado para marcas e publicações favoritas.

Aparecer na caixa de entrada de e-mail de alguém ajuda a sua marca a ficar na memória. Um e-mail de marketing personalizado é mais impactante do que uma postagem de social media na medida em que você não pode ter certeza se alguém realmente viu sua mensagem.

Um dos principais benefícios do marketing por e-mail é sua escalabilidade. Isso significa que os e-mails podem ser enviados a um grande número de destinatários com a garantia de entrega por um custo relativamente baixo (em comparação com outros canais de marketing).

3. Fidelização do cliente

O e-mail aumenta a fidelização do cliente em todas as fases da jornada do comprador: promoção de leads, conversão, integração, retenção.

É uma ferramenta poderosa para construir uma comunidade. Se criar um conteúdo de newsletter realmente bom e com valor fará que os assinantes fiquem esperando que ele chegue a cada semana ou mês.

Por que o marketing por email é importante?

Acessibilidade

O e-mail está acessível a todas as faixas etárias. Ele abre a porta para uma ampla gama de públicos incluindo mesmo o menos conhecedor do digital e aqueles que fazem questão de usarem social media. Podemos viver na era digital, mas nem todo mundo se sente confortável usando a internet. No entanto, a maioria das pessoas sabe como verificar seus e-mails. Isso o torna a forma mais convencional de marketing.

Custo

O email marketing é extremamente econômico. A maioria das ferramentas de marketing por e-mail oferece pacotes de preços adequados a todos os orçamentos. Na realidade, a barreira de entrada nunca foi tão baixa sendo mesmo gratuita.

Muitas ferramentas de email oferecem planos gratuitos sem qualquer compromisso de fácil usabilidade para o mais comum dos iniciantes. Não é preciso um profissional para perceber um software de email marketing. Há muitas opções acessíveis e intuitivas no mercado.

Você possui sua lista de e-mail

As redes sociais podem desaparecer um ano para o outro e levar consigo todos os seus seguidores deixando-o sem nada. Mas aí reside a beleza de uma lista de e-mail – ela é sua e todas as comunicações que fizer serão entregues. o mesmo já não pode ser dito sobre as redes sociais onde o conteúdo publicado é apenas apresentado a cerca de 10% dos seus seguidores.

Email marketing. Fluxos de automação e integração com CRM

Como funciona o marketing por email e o que são ESPs?

As empresas usam o que é conhecido como provedor de serviços de e-mail (ESP – Email Service Provider) para enviar e-mails de marketing. Um ESP é um software que envia e gerencia campanhas de email-marketing.

Também é conhecido como plataforma de marketing por email, ferramenta de marketing por email, serviço de marketing por email ou software de marketing por email.

Podemos questionar porque não simplesmente enviar e-mails de marketing com meu provedor de caixa de entrada regular? Será que euralmente preciso pagar por este serviço de e-mail adicional?

Tecnicamente, é possível. Mas cuidado MUITO CUIDADO. É provável que você tenha problemas com largura de banda de e-mail limitada, design e, mais importante, capacidade de entrega de e-mail.

Aqui está o porquê:

Provedores de serviços de Internet (ISPs) como Gmail, Outlook, Yahoo, etc. são projetados para uso pessoal – não para envios de e-mail. Portanto, quando um e-mail em massa é enviado de um ISP, ele é facilmente sinalizado por filtros de spam e sua conta pode ser desativada por atividades suspeitas.

Os ESPs, por outro lado, têm a infraestrutura necessária para garantir a capacidade de entrega do email – a capacidade de enviar emails para a caixa de entrada. Se você deseja se preparar para o sucesso do marketing por email desde o primeiro dia, contrate um serviço dedicado de marketing por email.

É altamente danoso para uma empresa ficar com o seu domínio listado como spam, pois as suas importantíssimas comunicações operacionais do dia a dia de um negócio podem ficar fortemente debilitadas. Muito cuidado ao usar os emails pessoais para enviar emails em massa.

CRM de email-marketing

O CRM (Customer Relationship Management – Gerenciador de Relacionamento com o Cliente) é um termo usado para descrever as práticas e tecnologias que as empresas usam para entender melhor os clientes, promover interações positivas e melhorar as relações comerciais. O marketing por email de CRM é o marketing por email que utiliza ferramentas de CRM para fornecer um contato de marketing direto mais personalizado e eficaz com os clientes em potencial. O objetivo é simplesmente ficar em primeiro lugar na mente dos clientes. O CRM de email-marketing concentra-se no indivíduo – ou empresa individual – que o recebe, em vez de no público maior e ambíguo que antes era tão fortemente comercializado, porque são os indivíduos que tomam as decisões nas organizações.

Cofinanciado por:

CRM de email-marketing

Apesar da possibilidade de divulgação por meio de novos canais de comunicação (por exemplo, redes sociais), os comerciantes de pequenas e médias e grandes empresas continuam a devem privilegiar campanhas de e-mail. Isto deve-se a diferença do ROI entre um método e outro. Quando comparado com outros canais, o marketing por email continua a ter o maior ROI por 10 anos consecutivos.

Usar CRM avançado para email marketing consegue otimizar estes resultados.

O CRM torna a divulgação altamente eficiente devido à coleta de dados pessoais dos clientes mais potenciais, criando uma visão holística de um cliente em potencial e enviando e-mails com base nisso.

O CRM de marketing por email permite construir fluxos de emails personalizados para cada cliente. Por exemplo, gerenciar a frequência dos emails de termos e condições. Faz com que os clientes em potencial considerem seus e-mails como informações oportunas e valiosas, e não como mensagens de spam impessoais.

O CRM tem modelos de e-mail pré-projetados, que permitem aos profissionais de marketing criar mensagens de marca visualmente atraentes. Email marketing CRM permite a criação de emails com um design responsivo, o que significa que serão otimizados para diferentes dispositivos (desktop, tablet, celular) e clientes de email (Outlook, Gmail, etc.), o que é fundamental para uma experiência consistente do usuário.

Automação de emails

Com o uso de regras predefinidas para acionar o envio de e-mails e personalizar os seus emails com base em ações específicas que os clientes realizam – ou não realizam.

Tudo isto é possível com o uso de software de email marketing.

Alguns exemplos incluem quando você automatiza e-mails de boas-vindas enviados quando um cliente deixa um carrinho de compras por finalizar por um certo período de tempo ou mesmo recomendações de produtos semelhantes ou complementares depois que um utilizador compra no seu site. A automação de e-mail também pode remover tarefas repetitivas de sua lista de tarefas como enviar faturas, aviso de pagamento, avisos de atraso, comunicações anexadas a fluxos de procedimentos para cada categoria de serviço do seu negócio e libertar seu tempo para outras tarefas importantes, como responder às perguntas dos clientes.

Além disto tudo pode também ajudar os clientes a saber mais sobre sua marca, incentivá-los a voltar sempre ou lembrá-los do motivo pelo qual compraram de si.

O que é automação de e-mail?

A automação de e-mail é uma forma de criar e-mails que chegam às pessoas certas com a mensagem certa no momento certo – sem fazer o trabalho sempre, enviando mensagens automatizadas aproveitando uma ferramenta de automação de marketing.

Ao vincular a análise um site a uma plataforma de e-mail marketing, pode-se automatizar o processo de segmentar e direcionar as pessoas com base no comportamento, preferências e vendas anteriores. Em seguida, podemos personalizar a experiência de cada cliente e aumentar o ROI com campanhas automatizadas

Quais os Benefícios da automação de email?

1. Personalize as experiências de seus clientes.

Pesquisas confirmam que a maioria dos profissionais de marketing já sabe: os clientes adoram personalização.

- 90% dos consumidores consideram o conteúdo personalizado muito ou um pouco atraente.
- 91% dos consumidores são mais propensos a patrocinar empresas que fornecem recomendações e ofertas individualizadas.
- Quando os compradores sabem que um anúncio vem baseado em sua atividade no site, suas taxas de cliques aumentaram 11% e a receita do produto cresceu 38%.
- Em 2019, 72% dos clientes respondem apenas a mensagens de marketing que visam seus interesses.
- Melhorar a eficiência do marketing por e-mail como um canal de marketing por meio do funil de vendas.

Com a automação de e-mail, é possível criar uma série de e-mails automatizados para ajudar a aumentar seu relacionamento com os clientes – e com sua empresa.

2. Aproveite ao máximo os seus esforços de marketing.

A automação está mudando a maneira como todos os tipos de equipes fazem negócios. De acordo com uma pesquisa de 2017 com profissionais da informação, os entrevistados disseram acreditar que automatizar o marketing por e-mail pode melhorar a produtividade dos funcionários:

- 69% disseram que a automação pode ajudar a reduzir o tempo perdido.
- 59% disseram que poderiam economizar pelo menos 6 horas por semana se os aspectos repetitivos de seu trabalho fossem automatizados.
- 72% disseram que usariam o tempo que economizaram para se concentrar em um trabalho de maior valor.

Para equipes de marketing por email, por exemplo, isso pode significar menos tempo gasto na compilação manual de listas de email e no agendamento de mensagens. Em vez disso, os membros da equipe podem usar esse tempo para se concentrar em outras tarefas importantes, como a construção profunda de relacionamento com o cliente.

O resultado final: com automação, consegue-se produzir e comunicar mais e a produtividade agregada é de maior valor.

Quais os Benefícios da automação de email?

3. Melhore sua taxa de retenção de clientes.

É muito mais fácil e econômico vender para um cliente existente do que converter um novo e com a automação, é possível manter contato melhor do que nunca. Convém programar as suas mensagens para que os clientes não fiquem muito tempo sem ouvir de si e use apenas conteúdo seja relevante para o segmento do cliente para maximizar seu impacto.

Um e-mail que diz:

“Olá, não temos notícias suas na nossa livraria à algum tempo. Faça-nos uma visita!” é provável que acabe no lixo.

Compare isso com este:

“Caro José, Acabou de sair uma sequela do livro que comprou no ano passado e está com 20% de desconto de campanha de lançamento! Não deixe a história ficar a meio.”

Esse é um exemplo de um email que atende a uma necessidade e que tem grande probabilidade de trazer um cliente de volta.

4. Torna sua estratégia de marketing escalável.

Quando se envia uma série de emails manualmente, o tamanho da equipe limita o número de clientes que se pode alcançar. Seríamos capaz de cumprir o cronograma se sua base de clientes repentinamente dobrasse de tamanho? E se triplicar?

Ao enviar emails automatizados, dimensiona-se os esforços de email-marketing. Depois de configurá-lo para que sua plataforma envie uma mensagem sempre que alguém se inscreve em sua lista de e-mails por meio de um formulário de inscrição personalizado, não é necessário garantir que um membro da equipe esteja disponível para fazer isso.

Com a automação de e-mail, os clientes se integram automaticamente ao seu sistema assim que executam qualquer uma das ações que você rastreia. O comportamento deles informa ao seu sistema quais mensagens enviar em seguida, sem nenhuma demanda adicional de seus recursos limitados.