

Checklist – Email marketing

A. STRATEGIE

- Am stabilit obiectivul campaniei mele de marketing (educare, înscriere la eveniment, achiziție etc)
- Am determinat cum voi măsura succesul campaniei de email marketing (ex. număr de persoane care au dat click pe articol)
- Trimit newsletterul unui segment realmente interesat de produsul meu
- Am un singur "call to action" clar formulat și aliniat obiectivului campaniei

B. OPTIMIZARE PENTRU INBOX

- Folosesc un „From” ușor de identificat de către abonații mei
- Verific dacă adresa de Reply To este prietenoasă și accesibilă. Evit adresele de tip donotreply@domain.com
- Optimizez subiectul email-ului și verific dacă arată bine cu ajutorul funcției de previzualizare

C. CREAREA CONȚINUTULUI

- Includ doar informația relevantă ce răspunde la întrebarea pe care și-o adresează abonații mei: „Ce avantaj am eu”?
- Folosesc butoane de "call to action" clare și în acord cu obiectivul meu
- Includ un link de dezabonare funcțional
- Am folosit același tip de font în tot newsletter-ul, aceeași mărime și maxim două culori
- Am verificat textul să nu aibă greșeli de ortografie, punctuație etc.
- Propozițiile sunt scurte și clare, newsletter-ul nu cuprinde elemente de jargon
- Toate informațiile din email sunt corecte (eventuale date, locații, prețuri etc.)

D. OPTIMIZAREA DESIGNULUI

- Mă asigur ca newsletterele au o bună vizibilitate pe toate tipurile de dispozitive (mobil, tabletă, laptop etc)
- Verific funcționalitatea link-urilor: să fie click-uibile și să direcționeze abonatul în locul potrivit
- Testez conținutul dinamic și personalizarea
- Pun text alternativ imaginilor - ALT text
- Bifez/adaug codul de Analytics pentru statistici detaliate cu privire la activitatea abonaților mei

E. ASIGURAREA LIVRABILITĂȚII

- Mă asigur că toți abonații sunt double opt-in
- Rulez o aplicație de filtrare a mesajelor Spam (ex. mail-tester.com) pentru a verifica dacă structura email-urilor mele și IP-urile sunt corespunzătoare