

بررسی ۱۵ کمپین ایمیل مارکتینگ موفق + نکات کاربردی

بر اساس پایگاه آماری استاتیستا، روزانه ۲۸۱ میلیارد و ۱۰۰ میلیون عدد ایمیل در سراسر جهان رد و بدل می‌شود که بخش عمده ای از آن‌ها مربوط به انواع نمونه های ایمیل مارکتینگ است. اما واقعیت آن است که تعداد بالایی از این دست ایمیل ها بدون آن که هرگز باز شوند، مستقیم راهی سطل زباله صندوق ورودی می شوند! از همین رو بررسی انواع نمونه کمپین ایمیل مارکتینگ موفق یک الزام برای صاحبان کسب و کار است. چرا که رمز طراحی یک کمپین تجاری موفق در گروی استفاده از تجارب دیگر برندهاست .

علاوه بر آن، درک چرایی و چگونگی پیروزی یا شکست کمپین های تجاری مشابه به ما دید بهتری برای تحلیل رفتار مخاطب می دهد و شانس پیروزی کمپین ها را افزایش می دهد. در این مقاله ابتدا نکات مهمی که برای اجرای یک کمپین موفق باید به آن ها توجه کنید، بررسی خواهد شد و نمونه هایی از موفق ترین کمپین های اجرا شده معرفی می شوند تا با مطالعه آن ها بتوانید کمپین های ایمیل مارکتینگ موثری را اجرا کنید. می توانید به این مقاله به عنوان یک آموزش ایمیل مارکتینگ موفق نگاه کرده و از آن استفاده کنید.

نکات مهم در اجرای کمپین ایمیل مارکتینگ موفق



شما که در حال خواند این مقاله هستید، می دانید که ایمیلی مارکتینگ چیست و می خواهید برای اجرای کمپین های موفق برنامه ریزی کنید. پیش از آنکه نمونه های ایمیل مارکتینگ موفق را از

برندهای گوناگون بررسی کنیم، لازم است تا در مورد کمپین ایمیل مارکتینگ و نکات اجرای یک کمپین موفق صحبت شود. توجه داشته باشید که در تمام انواع «نمونه کمپین ایمیل مارکتینگ موفق» که در ادامه معرفی خواهند شد، تمامی این نکات رعایت شده اند که می توانید با بررسی آن ها اطلاعات ارزشمندی را به دست آورید .

اگر قصد **توسعه کسب و کار آنلاین** خود را دارید یا اینکه می خواهید دامنه مخاطبین و میزان فروش خود را افزایش دهید؛ یکی از روش های موفق بازاریابی، ایمیل مارکتینگ است. اما چگونه کمپین های ایمیلی موفق راه بیاندازیم؟ کافی است در طراحی آن، نکات زیر را مدنظر قرار دهید:

۱- اهداف خود را مشخص کنید

وقتی نوبت به طراحی کمپین های ایمیل مارکتینگ می رسد؛ اولین و مهم ترین قدم، شناسایی اهداف شماست. به همین منظور از خودتان بپرسید که قرار است از طریق بازاریابی ایمیلی به چه نتیجه ای برسید؟ برای مثال آیا به دنبال افزایش فروش محصولات خود هستید یا تمایل به ارتباط مستقیم با مشتریان دارید؟

در یک نظرسنجی در مورد میزان اثربخشی کمپین های بازاریابی از طریق ایمیل، بیش از ۹۰ درصد مدیران باور داشتند که در صورت استفاده هوشمندانه، بازاریابی ایمیلی موثرترین ابزار در به دست آوردن مشتری است. پس اگر صاحب یک استارتاپ یا کسب و کار نوپا هستید، توقع خود را تنظیم کنید و بدانید که در یک دنیای به شدت رقابتی، باید با هوشمندی پیش بروید.

۲- محتوای قابل تعامل تولید کنید

هدف شما در ایمیل مارکتینگ هر چه باشد، تعامل را نباید از یاد ببرید. بررسی انواع «نمونه های ایمیل مارکتینگ» نشان می دهد که چگونه برندها در تلاش هستند تا مشتریان خود را درگیر محتوای خبرنامه کنند و با آن ها به تعامل بپردازند. این موضوع تنها مختص ایمیل مارکتینگ نیست و باید تعامل را در تمامی مراحل و برنامه ریزی **استراتژی دیجیتال مارکتینگ** خود در نظر بگیرید.

۳- هر ایمیل را شخصی سازی کنید

ایمیل هایی که با عنوان «سرکار خانم ...» یا «جناب آقای ...» شروع می شوند، شانس بیش تری برای باز شدن دارند و تحلیل ها نشان می دهند که افراد تمایل دارند به صورت شخصی مورد خطاب واقع شوند. پس در فرم های ثبت نام خبرنامه از دریافت نام افراد غفلت نکنید.

۴- از تصاویر فریبنده استفاده کنید

هیچ کاربری از دریافت خبرنامه بدون تصویر خوشحال نمی شود. پس همان اندازه که برای محتوای متنی خبرنامه وقت می گذارید، برای طراحی گرافیک آن هم زمان صرف کنید و تلاش کنید تا با استفاده از تصاویر چشم نواز، و بهترین زیبایی برای برند خود خلق کنید.

۵- برای دستگاه های گوناگون بهینه سازی کنید

کاربران با دستگاه های گوناگونی به ایمیل خود دسترسی دارند و بنا به آمار، بیش از ۷۰٪ کاربران با گوش های هوشمند ایمیل های خود را چک می کنند.

در این میان خبرنامه ای موفق است که علاوه بر تلفن های هوشمند، در تبلت و لپ تاپ هم به خوبی و زیبایی باز شود. به همین منظور حتما کمپین های خود را واکنش گرا یا ریسپانسیو طراحی کنید. این موضوع برای **اصول دیجیتال مارکتینگ** نیز صادق است و باید به آن توجه ویژه ای کنید.

۶- از کال تو اکشن استفاده کنید

هر ایمیل باید حاوی نکته و هدف ویژه ای باشد. در غیر این صورت، فقط وقت با ارزش مشترک و فضای صندوق ورودی ایمیل گرفته شده است! پس در هر خبرنامه یک دکمه دعوت به عمل (CTA) مناسب قرار دهید. تا مخاطب را به سمت و سویی که می خواهید هدایت کنید.

۷- از سرویس های خدمات ایمیل مارکتینگ استفاده کنید

پلتفرم های گوناگونی به خدمت رسانی در زمینه ایمیل مارکتینگ مشغول هستند و خوشبختانه بیشتر آن ها با داشتن قالب های از پیش آماده و امکان شخصی سازی، این فرصت را به کسب و کار شما می دهند تا به طراحی و ارسال خبرنامه بپردازید.

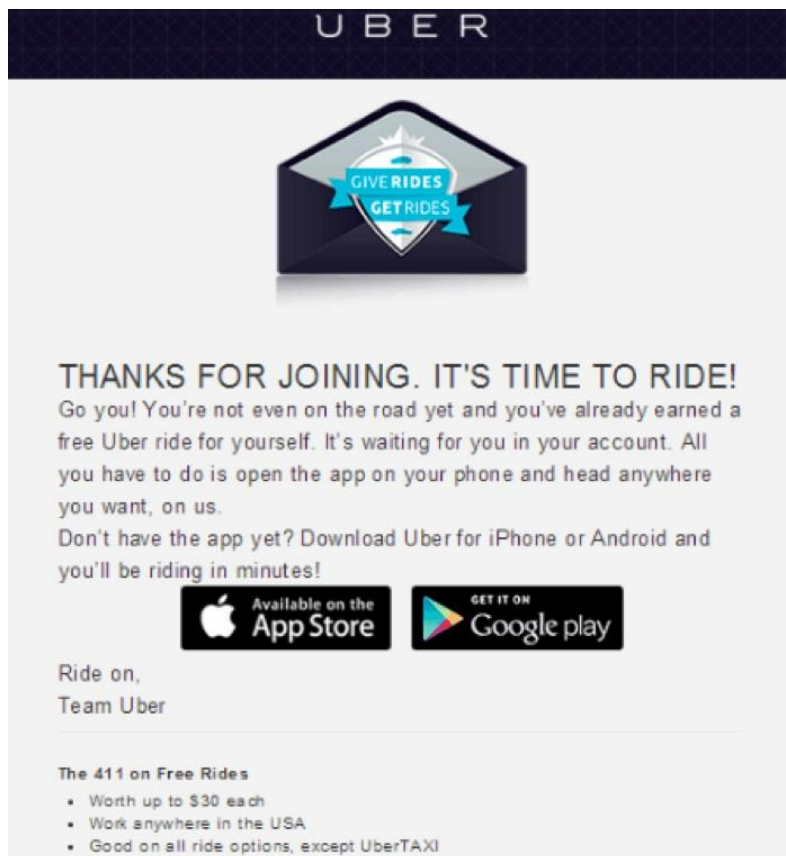
۱۵ نمونه کمپین ایمیل مارکتینگ موفق در سطح جهان



بررسی کسب و کارها و تجربیاتی که به دست آورده اند، می تواند راهنمایی برای ادامه مسیر شما باشد. با بررسی شکست ها و موفقیت های کمپین های اجرا شده، می توانید دید واقع بینانه تری نسبت به روش کار پیدا کنید و با همین روش کمپین های ایمیل مارکتینگ خود را موفق تر و موثرتر اجرا کنید. در ادامه ۱۵ مورد از نمونه های موفق ایمیل مارکتینگ در دنیا را معرفی می کنیم.

بخوانید: [دیجیتال مارکتینگ چیست](#)

۱- اوبر (Uber)




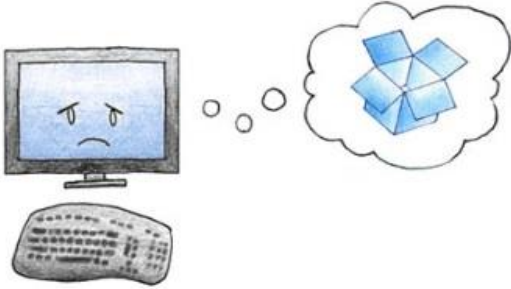
استراتژی بازاریابی ایمیلی اوبر ([Uber](#)) اصولاً بر پایه سادگی تعریف شده است. بررسی نمونه های ایمیل مارکتینگ اوبر نشانگر آن است که طراحان کمپین تلاش می کنند تا به جای ارائه محتوای پیچیده، در گویاترین لحن و کم واژه ترین حالت ممکن منظور خود را به مشتری برسانند.

از نظر بصری، ایمیل های اوبر با نمایش بنر معروف آن شرکت شروع می شود و با یک دکمه دعوت به عمل (CTA) پایان میابد. در این میان آن چه که مدام تغییر می کند، محتوای آن شامل ضخامت قلم، فونت و طراحی گرافیک است که برپایه تحلیل های کمپین های گذشته تدوین می شود.

۲- دراپ باکس (Dropbox)

Dropbox <no-reply@dropboxmail.com> 11/17/12 ☆ Reply

to me

Hi Chris,

We noticed that you signed up for Dropbox but don't have it on your laptop or computer yet.

Be sure to install Dropbox so you can:

- Easily save files to your Dropbox
- Always have your files on hand
- Quickly share photos or docs with others

[Install Dropbox](#)

Happy Dropboxing!
- The Dropbox Team

P.S. Check out [our tour](#) if you need a refresher on what you can do with Dropbox.

If you prefer not to receive these tips from Dropbox, please click [here](#). © 2012 Dropbox

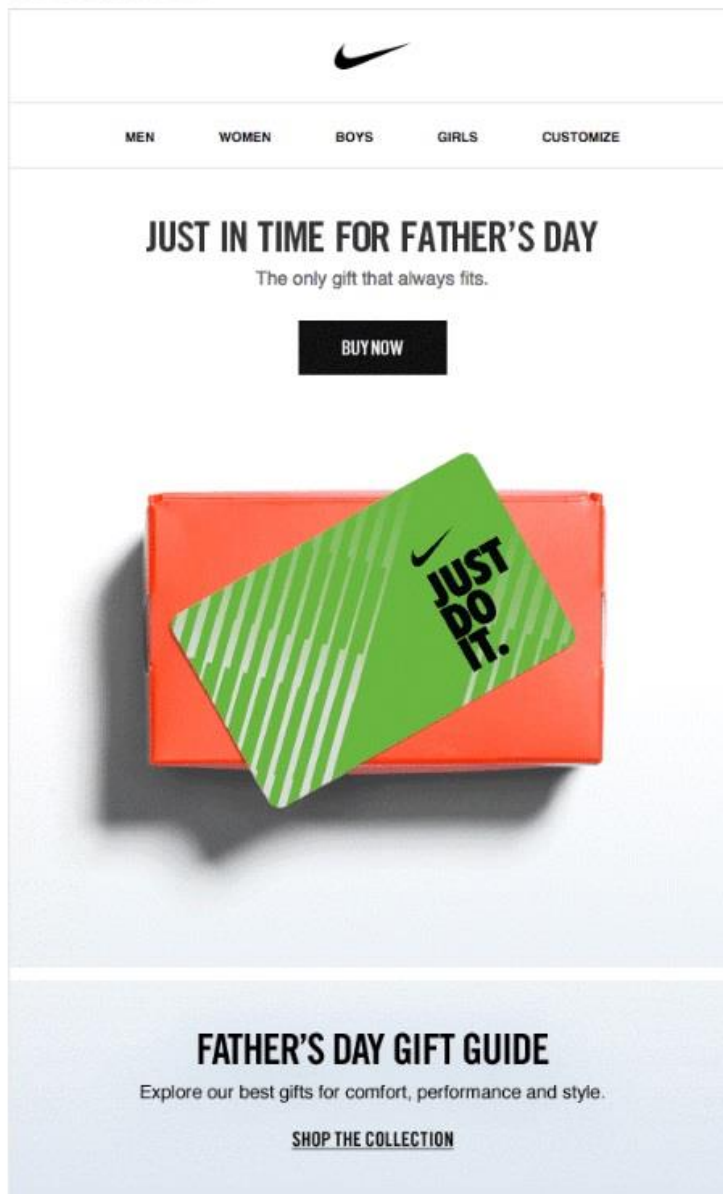
کمپین های ایمیل مارکتینگ دراپ باکس (Dropbox) با حال و هوای جالبی طراحی می شوند. با بررسی ایمیل های دراپ باکس می توان دریافت که درگیر کردن کاربران به استفاده دوباره از خدمات دراپ باکس یکی از اصلی ترین اهداف آن هاست. طراحان کمپین های ایمیل مارکتینگ دراپ باکس تلاش می کنند تا با بهره گیری از طرح های باحال، حس صمیمیت را در کاربران خود تقویت کنند.

معمولا در پایان ایمیل هم با ارائه دست کم یک سرویس تخفیف دار، سعی می کنند تا مشتریان را به خرید ترغیب کنند.

۳- نایک (Nike)

Shorts, shirts, kicks and gift cards for dad. Get the gear, it's all here.

Web Version

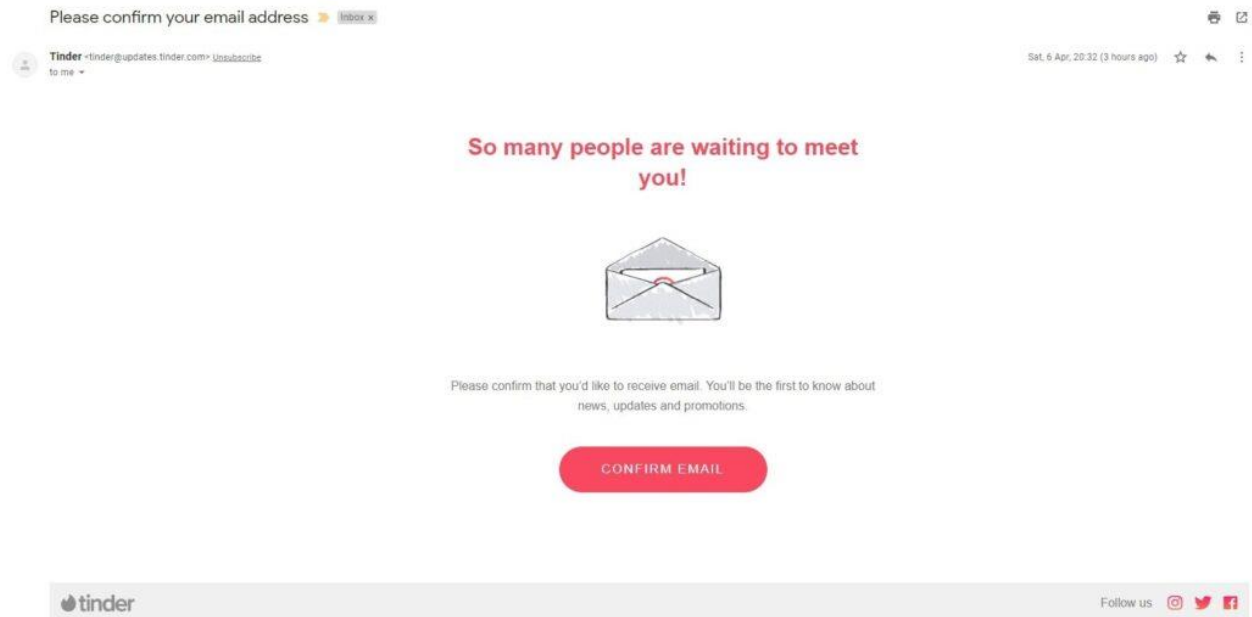


The image shows a screenshot of a Nike website advertisement for Father's Day. At the top, there is a Nike swoosh logo. Below it, a navigation menu lists 'MEN', 'WOMEN', 'BOYS', 'GIRLS', and 'CUSTOMIZE'. The main headline reads 'JUST IN TIME FOR FATHER'S DAY' with the subtext 'The only gift that always fits.' A black 'BUY NOW' button is positioned below the text. The central visual is a red Nike shoe box with a green gift card on top that features the Nike logo and the slogan 'JUST DO IT.'. At the bottom of the ad, it says 'FATHER'S DAY GIFT GUIDE' and 'Explore our best gifts for comfort, performance and style.' with a 'SHOP THE COLLECTION' link.

کمپانی نایکی (Nike) ایمیل های خود را در رویدادهای خاص مثل روز پدر ارسال می کند و ضمن تبریک گفتن به مخاطب، محصول مرتبطی را به او پیشنهاد می دهد.

نکته قابل تامل در بررسی نمونه های ایمیل مارکتینگ این شرکت، استفاده هوشمندانه و شیک از تصاویر محصولات است.

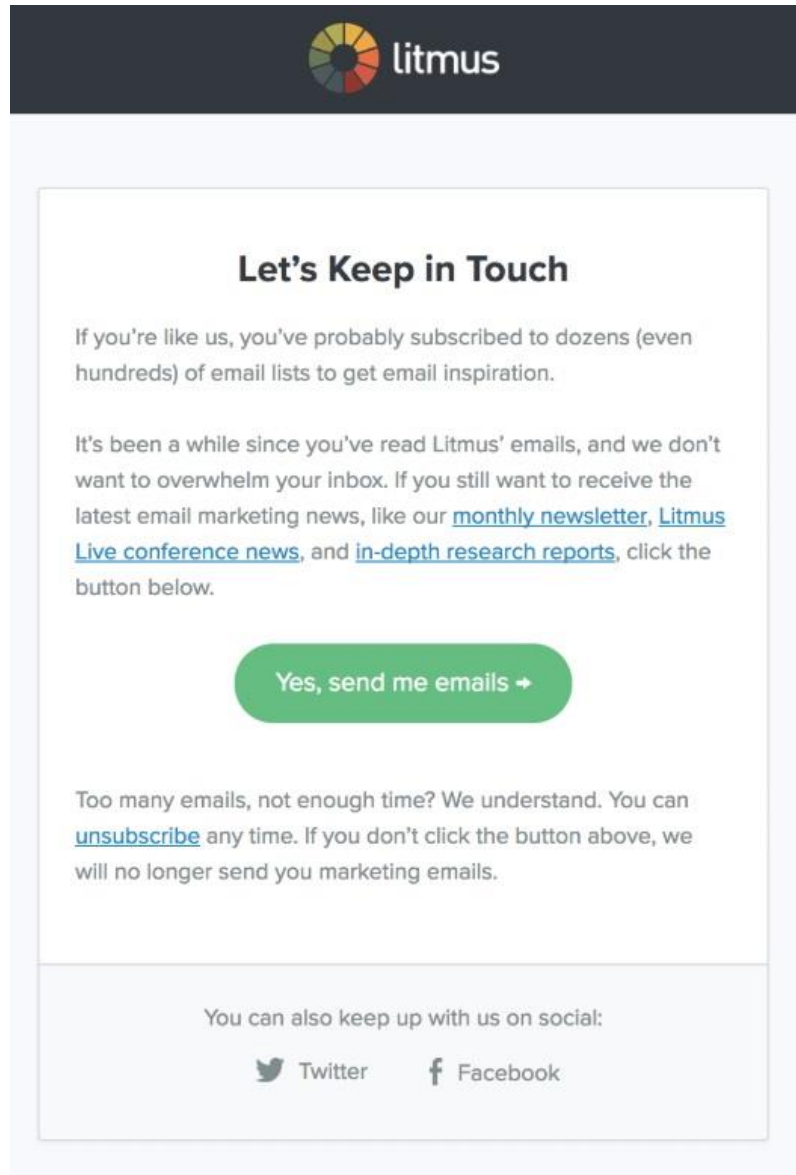
۴- تیندر (Tinder)



بر اساس پژوهش های صورت گرفته در ایمیل مارکتینگ، ایمیل های خوشامدگویی نرخ باز شدن بالای ۵۲ درصد را تجربه می کنند. تیم بازاریابی سایت دوست یابی تیندر هم از همین استراتژی استفاده می کند.

نمونه های ایمیل های تیندر نشان می دهد که تولیدکنندگان محتوا و طراحان گرافیک این شرکت، سعی می کنند در یک پس زمینه شفاف، پیام و دکمه دعوت به عمل (CTA) واضحی را برای کاربران خود ارسال کنند. آن ها این کار را در نهایت سادگی و به مینیمال ترین حالت انجام می دهند تا کاربر بتواند با یک نگاه سریع از محتوای ایمیل با خبر شود.

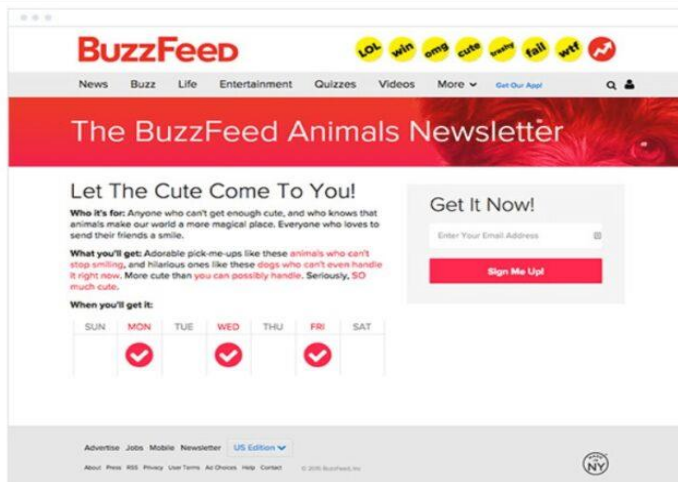
۵- لیتموس (Litmus)



لیتموس ([Litmus](#)) یک شرکت میزبانی خدمات بازاریابی ایمیلی است و به طبع انتظار زیاد از ایمیل های آن داریم. ایمیل های لیتموس حاوی یک پیام مهم است: از کسانی که ایمیل های خود را باز نمی کنند غافل نشوید!

این شرکت با تحلیل و پایش کمپین های گذشته خود، حتی آن دسته از مخاطبانی که نسبت به ایمیل های تجاری بی انگیزه بوده اند را مورد هدف قرار می دهد و با گنجاندن انواع ویدئو و گیف تلاش می کند تا ایمیل هایی با لحن دوستانه و محتوای سرگرم کننده برایشان ارسال کند.

۶- بازفید (BuzzFeed)

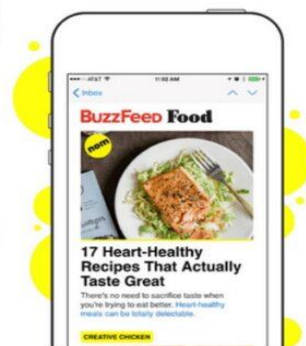


There's A Newsletter For Everyone!

Enter your email address, select the newsletters you like, and start getting the best of BuzzFeed in your inbox!

Enter Your Email Address

- BuzzFeed Today**
daily
- Books**
2x per week
- Cats**
1x per week
- DIY**
4x per week
- Food**
2x per week
- Parents**
2x per week
- WKND**
1x per week
- Animals**
3x per week
- Longform**
1x per week
- Celebrity**
1x per week
- TV And Movies**
1x per week
- BuzzFeed NEWS**
5x per week
- Health And Beauty**
1x per week



رسانه امریکایی بازفید ([BuzzFeed](https://www.buzzfeed.com/)) خبرنامه خود را با محوریت انواع فهرست های طبقه بندی شده ارسال می کند. این استراتژی به ویژه برای شرکت هایی که طیف وسیعی از مخاطبان با سلیقه های گوناگون را پوشش می دهند مناسب است.

نمونه های ایمیل مارکتینگ بازفید حاکی از آن است که دادن قدرت انتخاب به مخاطب یک ارزش به شمار می آید. برای مثال در خبرنامه های این شرکت، مخاطب می تواند از میان انواع تیترهای خبری یا موضوعات مختلف، آن چه را که تمایل دارد بخواند.

جدای از آن هم بازفید به انتخاب عناوین جذاب برای مقاله هایش معروف است و این یکی از برگ های برنده آن به حساب می آید.

۷- تیلور استیچ (Taylor Stitch)



FUNDING ENDS: 7 Days Remaining

PRE-ORDER NOW



FUNDING ENDS: 14 Days Remaining

PRE-ORDER NOW

The Workshop



TAYLOR STITCH

250 Utah Street
San Francisco, CA 94102
(415) 315-9900

Mens
Women's
Workshop
Custom
About
Blog

Delivery
Returns
Help
Careers
FAQ



View in Your Browser | Manage Preferences | Unsubscribe

تیلور استیچ ([Taylor Stitch](#)) یک برند پوشاک مردانه است. شاید تصور کنید این شرکت در خبرنامه خود سیلی از اطلاعات مربوط به مد و پوشاک آقایان را روانه صندوق ورودی ایمیل مشتریان می کند؛ اما این طور نیست! در عوض، تیلور استیچ تنها فهرستی از مجموعه های تازه خود را به همراه مشخصات کامل و قیمت برای مشتریان می فرستد.

در واقع ایمیل مارکتینگ این برند فقط شامل همان چیزی است که مشتری برای آن اقدام به ثبت نام در خبرنامه کرده است و هیچ اطلاعات اضافه تری را برای مخاطب ارسال نمی کند.

۸- استارباکس (Starbox)

Half-off Frappuccino® drinks—sweet and chill, just like you | View Online

STARBUCKS
happy hour
TEAM
THURSDAY

New Ultra Caramel Frappuccino® Blended Beverage

keromol, kero.mel, kärmol

50% off
Frappuccino® Blended Beverage grande or larger*

Thursday, May 3, starting at 3 p.m.

heartbeat flutters

STARBUCKS

A GIFT FROM THE HEART

The recipe for love: all of the chocolate + cherry goodness and a scoop of hugs + kisses. Give our [Cherry Mocha](#) or [Cherry Mocha Frappuccino®](#) blended beverage to someone you love (including yourself).

A perfect match

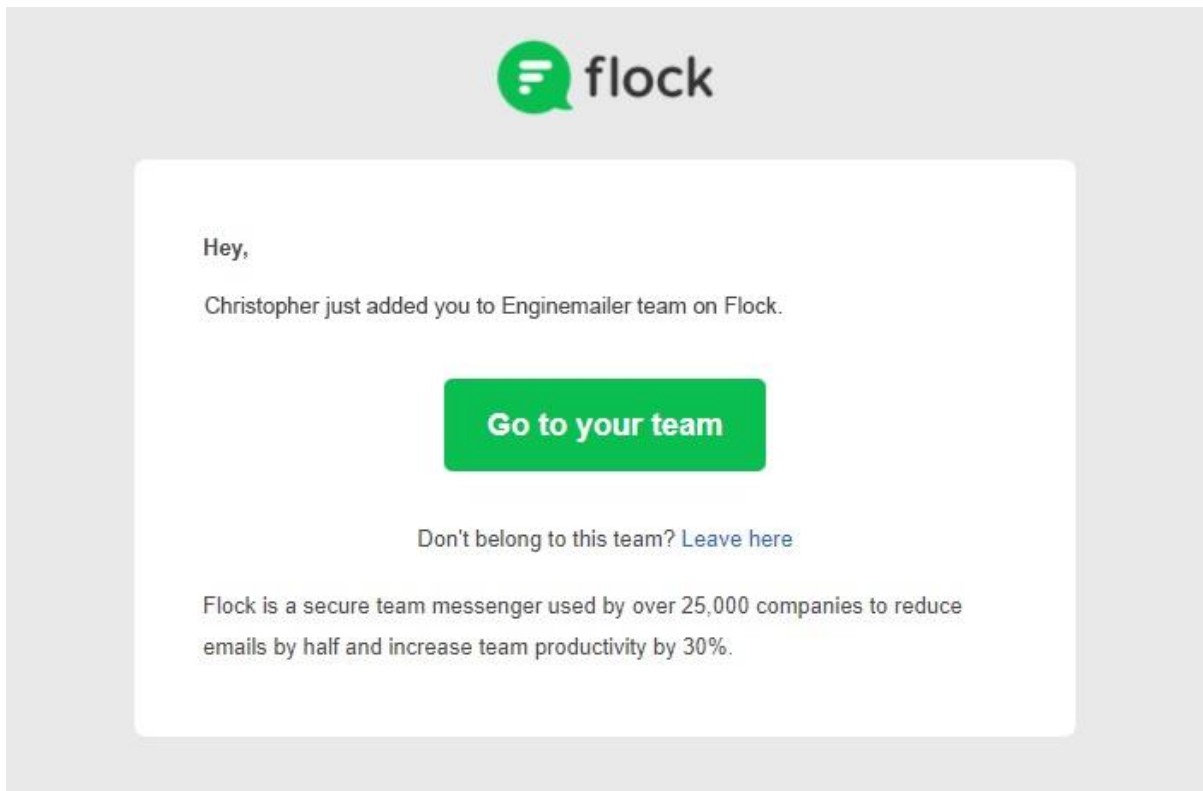
THE PERFECT VALENTINE

Heart

کافی شاپ های زنجیره ای استارباکس ([Starbox](#)) از نیروی تصاویر زیبا برای خبرنامه استفاده می کنند. در واقع طراحان کمپین های استارباکس این نکته را به خوبی دریافته اند که تصاویر زیبا تاثیر هر محتوایی را دو چندان می کنند. بررسی نمونه های ایمیل مارکتینگ استارباکس نشان می دهد که کارشناسان مارکتینگ آن به خوبی رفتار مشتریان را تحلیل کرده و بر اساس آن دست به طراحی انواع کمپین می زنند.

علاوه بر آن، خبرنامه های این شرکت معمولا توام با پیشنهاد های جذاب مانند تحویل دو قهوه با خرید یکی است تا مخاطبان دوستان خود را هم به مشتری تبدیل کنند.

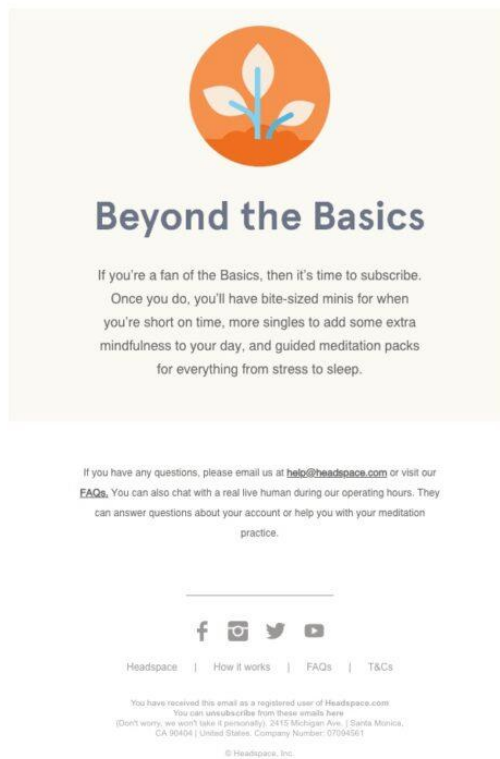
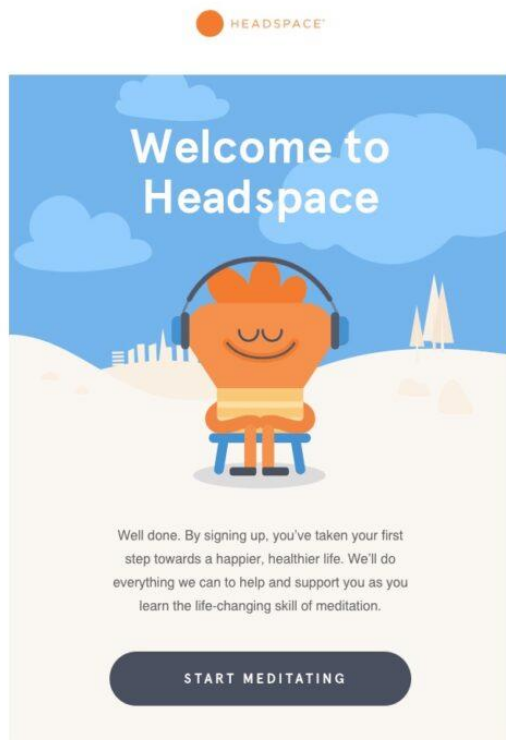
۹- فلاک (Flock)



پلتفرم مدیریت کارگروه فلاک (Flock) ابزاری برای مدیریت وظایف در یک کار گروهی است. آنچه که خبرنامه های این پلتفرم را منحصر به فرد می کند، اتخاذ استراتژی عجیب آن در ایمیل مارکتینگ است. نمونه های ایمیل مارکتینگ فلاک، بدون هیچ محتوای تولیدی ارسال شده و صرفاً شامل نوتیفیکیشن ها و یادآوری های کاربران یک تیم برای دیگر همکاران خود است.

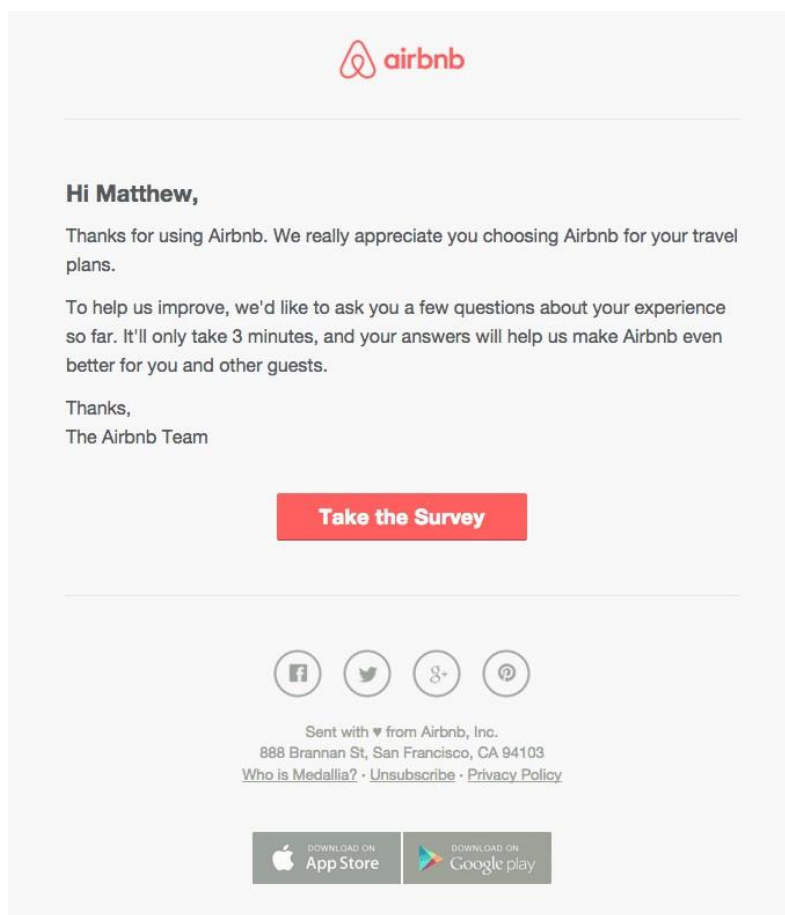
بدون شک این روش ارسال ایمیل، تصمیم بسیار پر ریسکی برای طراحان کمپین فلاک بوده است اما آن ها توانسته اند از عهده آن به خوبی برآیند.

۱۰- هد اسپیس (Headspace)



هد اسپیس ([HeadSpace](#)) یک اپلیکیشن ویژه مدیتیشن و مراقبه است و احتمالاً تصور خواهید کرد که خبرنامه ای بسیار طولانی و کسالت آور ارسال می کند؛ اما برعکس، کمپین های هد اسپیس یادآور این نکته است که با گرافیک جالب و حتی استفاده از کارتون می شود قلب مخاطب را تسخیر کرد. در واقع استراتژی آن ها در ایمیل مارکتینگ، جذابیت گرافیکی بالاست.

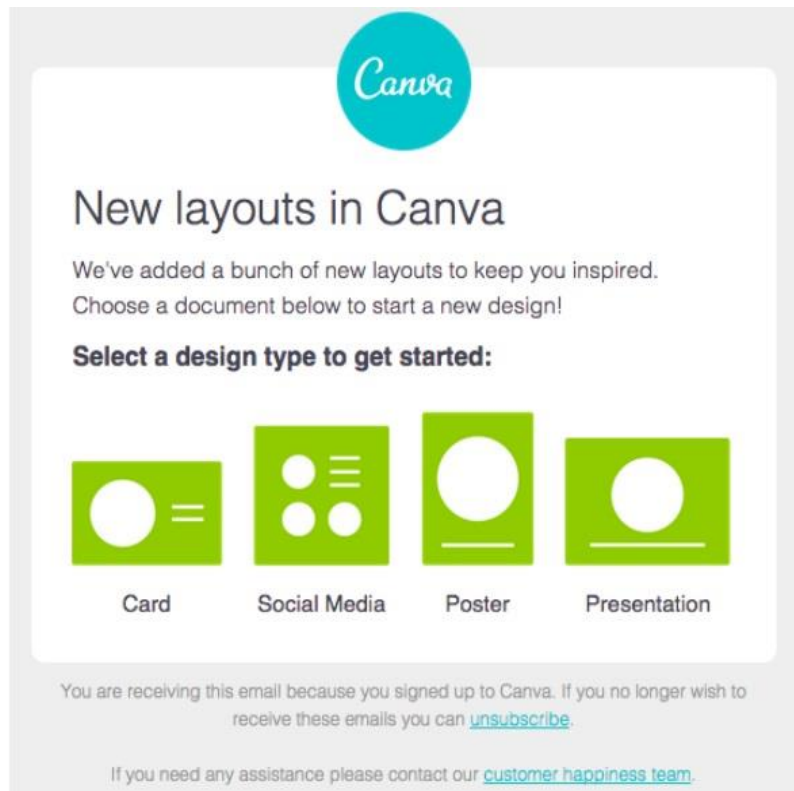
۱۱- ایر بی ان بی (Airbnb)



ایر بی ان بی ([Airbnb](#)) یک بازارگاه مجازی در زمینه اجاره مکان اقامتی است. ایمیل مارکتینگ این بازارگاه بسیار ساده است و طراحی مینیمال دارد. بر خلاف تصور عموم، آن ها مرتبا تبلیغات نمی کنند و نکته مهم درباره استراتژی بازاریابی ایمیلی آن ها، تمرکز بر نظرسنجی است. ایر بی ان بی با دریافت نظر کاربران ، این اطمینان را به مشتریان می دهد که دیدگاهشان ارزشمند است.

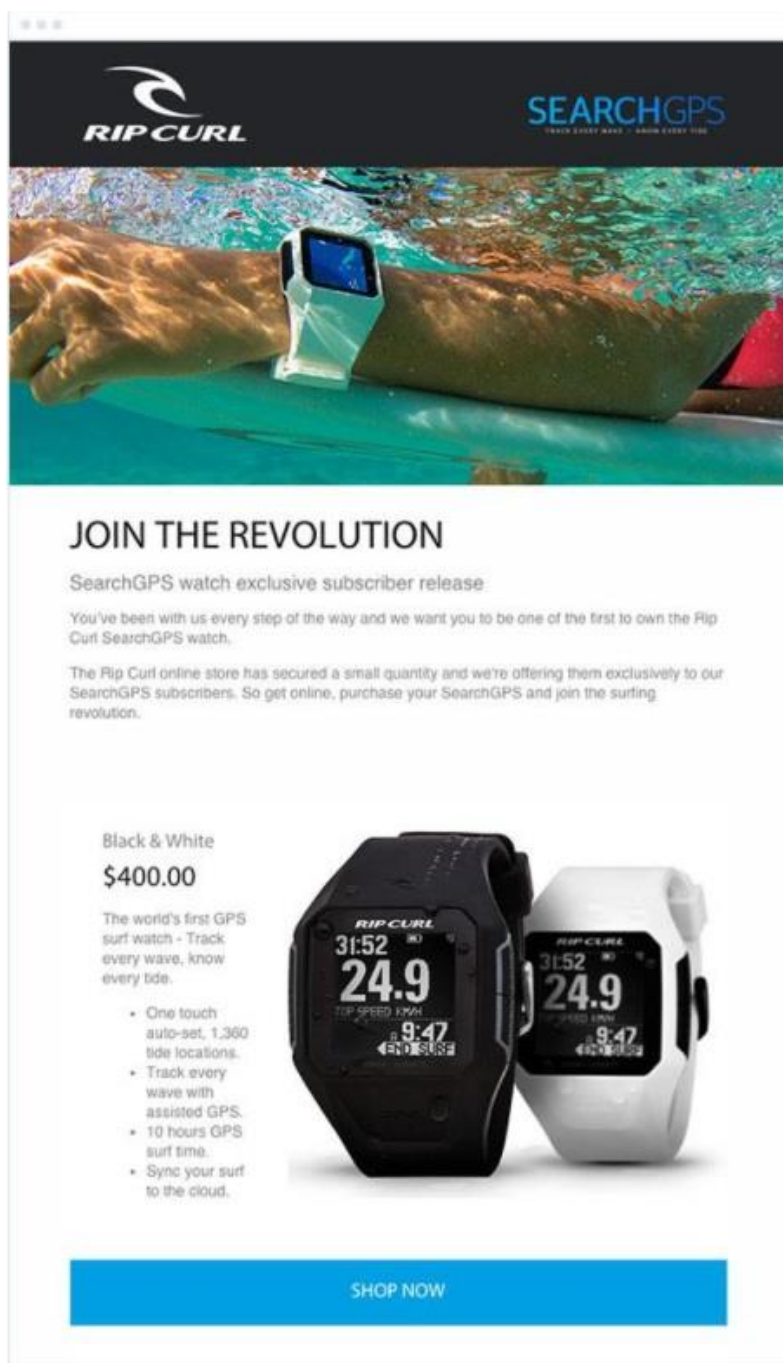
گفتنی است ساختار کمپین های این شرکت بسیار واضح طراحی شده و دکمه دعوت به عمل (CTA) در آن نقش کلیدی ایفا می کند.

۱۲- کانوا (Canva)



کانوا (Canva) یک پلتفرم طراحی گرافیک است. بررسی نمونه های ایمیل مارکتینگ کانوا گواهی می دهد که قدرت آن ها در سادگی خلاصه شده است. آنها برای این منظور از استراتژی معروف «کمتر بیشتر است» بهره می گیرند. از این رو خبرنامه کانوا پر از فضاهای سفید بزرگ است و به طبع خواندن آن برای مخاطب ساده است. اما در مقابل برای جلب نظر مخاطبان از رنگ های جذابی بهره می گیرند که چشم نواز است.

۱۳-ریپ کورل (Rip Curl)



RIP CURL **SEARCHGPS**
TRACK EVERY WAVE • KNOW EVERY TIDE

JOIN THE REVOLUTION

SearchGPS watch exclusive subscriber release


You've been with us every step of the way and we want you to be one of the first to own the Rip Curl SearchGPS watch.

The Rip Curl online store has secured a small quantity and we're offering them exclusively to our SearchGPS subscribers. So get online, purchase your SearchGPS and join the surfing revolution.

Black & White
\$400.00

The world's first GPS surf watch - Track every wave, know every tide.

- One touch auto-set, 1,360 tide locations.
- Track every wave with assisted GPS.
- 10 hours GPS surf time.
- Sync your surf to the cloud.



SHOP NOW

برند ریپ کورل ([Rip Curl](#)) در زمینه لوازم و تجهیزات موج سواری فعال است و طی سالیان متمادی رشد کرده است. با استقبال روزافزون از بازاریابی ایمیلی، آن ها یکی از برندهایی بودند که توانستند به رشد خود با استفاده از ایمیل مارکتینگ ادامه دهند.

نمونه های ایمیل مارکتینگ این برند، نقش جذابیت عنوان در موفقیت کمپین ها را نشان می دهد. برای مثال آن ها در یکی از کمپین های تجاری خود برای تبلیغ ساعت موج سواری، از عنوان «به

انقلاب بیونیدید» در زیر تصویری بزرگی از یک ساعت مچی استفاده کردند. سپس تحلیل رفتار مخاطبان، حاکی از واکنش مثبت مشتریان و علاقه آن ها به بیش تر دانستن درباره این محصول تازه بود.

۱۴- پی پل (PayPal)



Good food. Good friends.
Good way to split the bill.

Forget IOUs—you can easily send money instantly with PayPal. All you need is your friend's PayPal email address or mobile phone number to settle up right at the table.

[Learn about Sending & Receiving Money](#)



Use the PayPal app to send money in three simple steps:



1

Choose "Send Money" in the PayPal app.

2

Enter the recipient's email address or phone number.

3

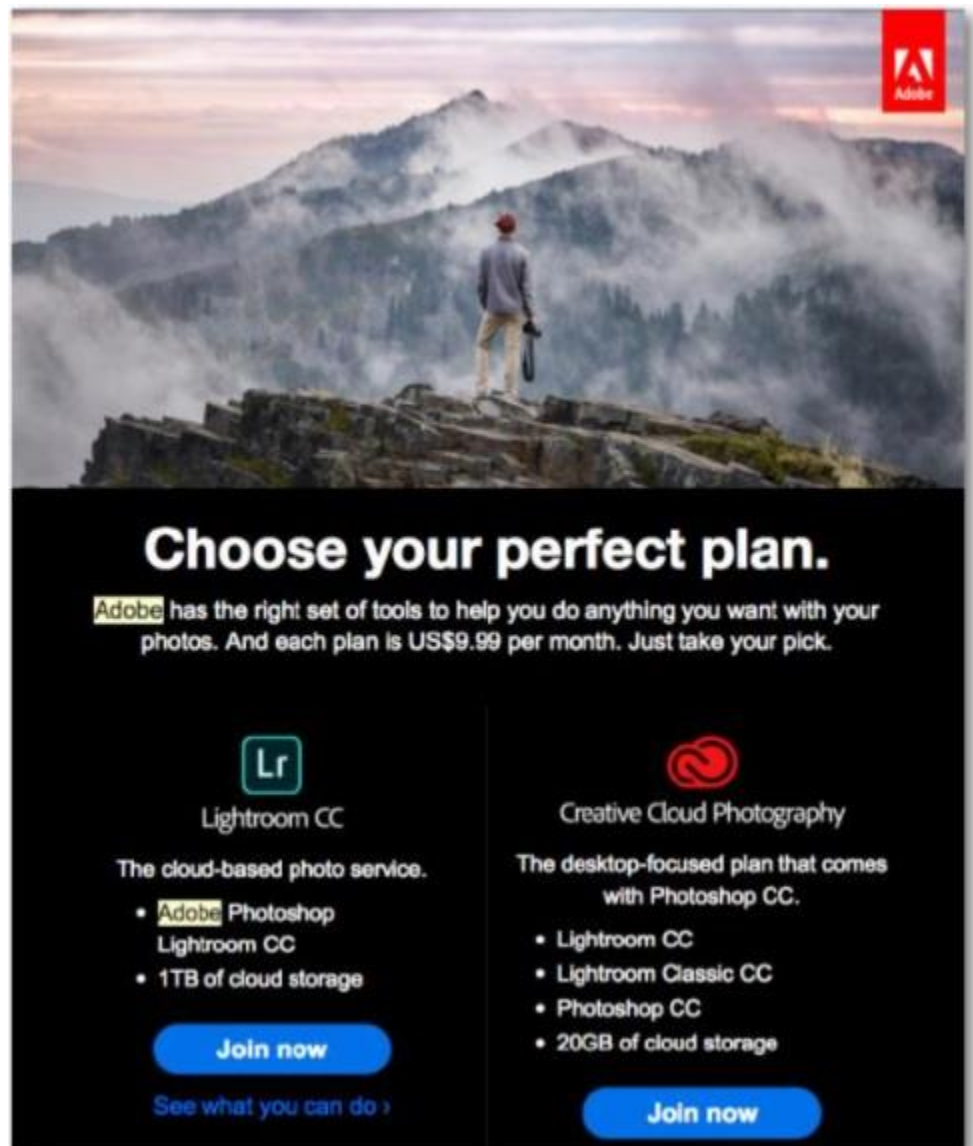
Enter the amount & click send.

[Learn about Sending & Receiving Money](#)

پی پل (PayPal) به جرات معروف ترین سامانه نقل و انتقال وجه در جهان است. این شرکت خود را یکی از محبوب ترین پردازنده های پرداخت جهان معرفی می کند. کارشناسان ایمیل مارکتینگ پی پل یکی از خیره ترین ها هستند و در خبرنامه های خود از مثال های مفید و کاربردی بهره می برند.

در یکی از جالب ترین ایمیل های پی پل، خبرنامه تصویری از یک گروه دوستانه را در رستوران نشان می داد و ۳ مرحله ساده برای پرداخت دنگی هزینه شام را با تلفن هوشمند معرفی می کرد که پردازش آن توسط پی پل انجام میشد.

۱۵- ادوبی (Adobe)



Choose your perfect plan.

Adobe has the right set of tools to help you do anything you want with your photos. And each plan is US\$9.99 per month. Just take your pick.

Lightroom CC	Creative Cloud Photography
<p>The cloud-based photo service.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Adobe Photoshop • Lightroom CC • 1TB of cloud storage <p>Join now</p> <p>See what you can do ></p>	<p>The desktop-focused plan that comes with Photoshop CC.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lightroom CC • Lightroom Classic CC • Photoshop CC • 20GB of cloud storage <p>Join now</p>

غول نرم افزاری امریکایی ادوبی ([Adobe](#)) استاد بهره گیری مناسب از دکمه دعوت به عمل (CTA) است. استراتژی این شرکت در ارسال خبرنامه مبتنی بر دادن حق انتخاب به مشتری بر پایه نیازسنجی است.

با مشاهده نمونه های ایمیل مارکتینگ شرکت ادوبی می توان دید که چگونه این شرکت با تحلیل رفتار مشتریان خود، سعی می کند تا دست کم دو محصول را در قالب یک خبرنامه معرفی کند. آن ها با این روش هم فرصت می کنند تا محبوبیت دو محصول را با استفاده از یک ایمیل بسنجند و هم به مخاطب قدرت انتخاب بدهند.

جمع بندی

با توجه به رقابت شدیدی که بین برندهای گوناگون در جلب نظر کاربران وجود دارد، بررسی نمونه کمپین ایمیل مارکتینگ موفق راه کار مناسبی برای استفاده از تجربه دیگر کسب و کارها است. تجزیه و تحلیل «نمونه های ایمیل مارکتینگ» این فرصت را به صاحبان ایده و کسب و کارها می دهد تا از پیروزی و شکست رقیبان درس بگیرند و کمپین های خود را با ریسک کم تری طراحی کنند. در این مقاله ابتدا نکاتی که برای اجرای کمپین موفق نیاز دارید بیان شد و سپس نمونه های موفق در این حوزه معرفی و بررسی شدند. اگر نمونه های خوبی دیگری می شناسید آن ها را به ما معرفی کنید.