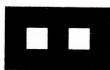


بازاریابی اینترنتی

به زبان آدمیزاد

اثر جان آرنولد

ترجمه‌ی مرجان قورچیان



هیرومند

فهرست کوتاه

۱۹.....	مقرمه
۲۵.....	بخش ۱: آغاز کار با بازاریابی اینترنتی
۲۷.....	ایمیل را به مجموعه‌ی بازاریابی موفق اضافه کنید
۴۷.....	با استفاده از ایمیل سوددهی را به بالاترین سطح برسانید
۶۱.....	به فرستنده‌ی مورد اعتمادی تبدیل شوید
۸۳.....	بخش ۲: تنظیم راهبرد بازاریابی اینترنتی
۸۵.....	توسعه‌ی اهداف
۱۰۹.....	ایجاد لیست ایمیل باکیفیت
۱۳۷.....	بخش ۳: ساختن لیست ایمیل مؤثر
۱۳۹.....	طراحی ایمیل
۱۷۳.....	نوشتن جذاب سطرهای موضوع و فرستنده‌ی ایمیل
۱۸۵.....	گنجاندن متن در ایمیل
۲۱۱.....	اضافه کردن تصویر به ایمیل
۲۳۳.....	محتوای ایمیل‌تان را ارزشمند کنید
۲۶۹.....	بخش ۴: ارسال و پیگیری ایمیل
۲۷۱.....	رهگیری نتایج عملیات ایمیلی
۲۸۳.....	بیشینه‌سازی قابلیت وصول ایمیل‌های ارسالی
۳۰۱.....	سرمايه‌گذاري روی کلیک‌ها و پاسخ‌های دیگر
۳۲۷.....	بخش ۵: ره‌تایی‌ها
۳۲۹.....	ده عدد از بزرگ‌ترین و بدترین اشتباهات در متن ایمیل
۳۳۵.....	ده منبع بازاریابی ایمیلی
۳۳۹.....	ضمیمه‌ی الف
۳۳۹.....	اصول اولیه‌ی HTML
۳۶۱.....	ضمیمه‌ی ب
۳۶۱.....	نمونه‌ای مصور از یک مجموعه ایمیل هماهنگ

ایمیل را به مجموعه‌ی بازاریابی موفق اضافه کنید

در این فصل

- ◀ تصمیم‌گیری درباره‌ی اینکه کجا و چگونه از بازاریابی ایمیلی استفاده کنیم
- ◀ استفاده‌ی مؤثر از پیام‌های ایمیلی
- ◀ مزایای بازاریابی ایمیلی
- ◀ شناخت شرکت‌های سرویس‌دهنده‌ی ایمیل

قدم گذاشتن در راه تجارت — جایی که اولین اسکناس سودشان را پیروزمندانه قاب می‌کنند و به دیوار می‌زنند — همیشه برای من یادآور اهمیت اولین مشتری برای هر شرکت تجاری کوچکی است. اولین مشتری‌های شما تأییدی بر اعتبار ایده‌ی تجاری‌تان و دلیلی بر این مدعا هستند که کالاها و خدمات شما آن قدر ارزشمند است که باعث شده فردی برای استفاده از آن‌ها پول بدهد.

برای اولین درآمد واقعاً باید جشن گرفتن گرفت. مهم نیست که کالاهای شما چقدر لازم، سودمند و مناسب مشتریان هستند؛ اگر نتوانید آن‌ها را به شکلی عرضه کنید که مشتری قانع شود ارزش‌شان از قیمت تعیین شده بیشتر است، هیچ‌کس آن‌ها را نمی‌خرد.

نشان دادن ارزش کالا نیازمند ارتباطات قوی و استفاده از اصول بازاریابی صحیح است. ایمیل، سایت‌های اینترنتی، کارت‌های تجاری، آرم‌ها و کارت‌پستال‌ها همگی راه‌های خوبی برای نشان دادن ارزش کالاهای شما به مشتریان هستند. اما برخی از ابزارها برای اهداف ویژه‌ای از بقیه کاراترند. برای ایجاد بیشترین تأثیر باید از تمامی ابزارهای بازاریابی در کنار یکدیگر استفاده کنیم.

در این فصل، به شما نشان می‌دهم که چگونه از ایمیل در کنار دیگر ابزارهای بازاریابی استفاده کنید و اصول اولیه‌ی بازاریابی را در بازاریابی ایمیلی به کار برید. بدین ترتیب اولین اسکناسی که قاب کردید و به دیوار زدید، تنها نمی‌ماند.