

## Jak promować newslettery.

---

Własna baza adresów e-mail to podstawa w sukcesie witryny. Czy jest w tym twierdzeniu przesada?

Jak pokazuje oświadczenie nie ma. Dlatego zbieranie adresów od osób zainteresowanych naszą ofertą czy też treściami zamieszczonymi w witrynie WWW jest rzeczą ważną, a niekiedy jest kluczem do sukcesu witryny internetowej.

Aby dokładnie wyjaśnić w czym rzecz podam kilka przykładów. Nasza Klasa – kilkanaście milionów zarejestrowanych użytkowników serwisu. Każdy z nich pozostawił w czasie rejestracji swój adres e-mail. Zapewne i Ty jesteś tam zarejestrowany i zauważyłeś, że otrzymujesz od serwisu nasza-klasa.pl powiadomienia typu „niezapominajka” – przypominające o urodzinach znajomych, powiadomienia o przesłanych prywatnych wiadomościach w serwisie itp. W większości przypadków klikach i ... logujesz się do serwisu powodując tym samym kolejne odsłony, zliczenie kolejnego unikalnego użytkownika, co przekłada się na realne dochody dla jego właścicieli.

Inny przykład to sklep internetowy gdzie co jakiś czas otrzymujemy informacje o nowościach, przecenach, promocjach, konkursach i wielu jeszcze innych rzeczach. Tu na kilka otrzymanych wiadomości zainteresuje Cię jedna, ale jeśli Cię już zainteresuje to jest duże prawdopodobieństwo, że dokonasz zakupu – a o to dokładnie w takim e-mailu chodzi. Takich przykładów można wymieniać jeszcze wiele, w każdym z nich zasada jest ta sama: powiadomić-zachęcić do wejścia-zachęcić do wykonania określonych czynności na witrynie.

Serwisy posiadające dobrą i dużą bazę adresów e-mail pochodzących z newslettera nie muszą się także martwić o ruch na stronie. Wysłanie mailingu powoduje często skok odwiedzalności utrzymujący się przez kilka dni. Są zatem niezależne od takich czynników jak: pozycja w wyszukiwarkach internetowych, linków z innych witryn, reklamy. Są w stanie same zagwarantować sobie odwiedzalność na określonym poziomie a czym baza większa tym ilość osób odwiedzających nasz serwis jest większa.

Jeśli już udało mi się wyjaśnić dlaczego posiadanie newslettera i bazy adresów jest ważne to postaram się przedstawić kilka metod promowania newslettera, tak aby ilość adresów e-mail znajdująca się w naszej bazie rosła szybko.

### **Okienko zapisu do newslettera.**

Okienko zapisu do newslettera warto dać możliwie wysoko. Z przeprowadzonych badań wynika, że tylko niewielka grupa (około 30%) przewija stronę, zatem zarezerwujmy górną część witryny na ten moduł, jeśli chcemy aby się osoby zapisywały do naszego newslettera. Prawa czy lewa strona nie ma znaczenia jeśli będziemy umieli odróżnić od pozostałych treści ten moduł. Warto zagrać tutaj kolorem i graficznym elementem. Samo okienko powinno być maksymalnie uproszczone i nie zawierać danych wrażliwych takich jak miejsce zamieszkania, nazwisko, wiek. W zupełności powinno wystarczyć nam imię i adres e-mail.

### **Okienko zapisu na podstronach.**

Z przeprowadzonych badań (Dr Emailowski rusza w Polskę edycja 2008) wynika, że blisko 60% internautów podejmuje decyzję o zapisaniu się do newslettera pod wpływem treści witryny. Wynika z tego, że jeśli mamy dobre, unikalne i fachowe treści osoby chętniej się zapisują. Warto ten fakt wykorzystać umieszczając pod artykułami np. informację: Chcesz otrzymywać informację o nowych artykułach? Zapisz się do newslettera (tu formularz zapisu).

### **Dynamicznie pojawiające się okienko zapisu.**

Możemy zastosować coś w rodzaju wyskakującego okienka. Nie może to być jednak zwykły pop-up. Najlepiej zastosować gotowe skrypty DHTML. Okienko zapisu powinno wyświetlić się tylko raz odwiedzającemu naszą witrynę i zawierać wyraźnie oznaczony przycisk zamknięcia w prawym górnym rogu okienka. Przekaz w okienku powinien być krótki i zawierać formularz do zapisu – nie odsyłać raz jeszcze na inną podstronę.

### **Konkursy / upominki dla zapisanych.**

Jeśli zdecydujesz się promować witrynę także przez konkursy lub upominki (np. darmowe e-booki) to jest to przy okazji idealna forma powiększania bazy adresów e-mail. Niestety bazy konkursowe i wynikające z przekazywania korzyści userowi nie będą miały tak wysokiej konwersji jak zupełnie dobrowolne zapisy.

### **Biblioteki newsletterów.**

Możemy także dać możliwość zapoznania się z naszym newsletterem poprzez katalogi i biblioteki newsletterów. Przykładem takiej witryny może być [Newslettery - Infomail.pl](http://Newslettery - Infomail.pl) gdzie są prezentowane rozsyłane newslettery. Dodatkowo zwiększamy ruch na naszej witrynie bezpośrednio z bibliotek.

Pomysłów na promowanie newslettera może być wiele, należy jednak pamiętać o podstawowej zasadzie uczciwości. Nie powinniśmy robić nic na siłę i na siłę zmuszać do zapisu ponieważ nasza baza będzie tylko zlepkiem wielu adresów z których nie będziemy mieć realnych korzyści.

Mam nadzieję, że pokazałem Ci jak wiele można zyskać tworząc własny newsletter i w jaki sposób go wypromować. Teraz pozostaje tylko działać, szybko działać, tak aby konkurencja Cię nie wyprzedziła.

---

Autor: kadzielawski

Artykuł pobrano ze strony [eioba.pl](http://eioba.pl)