

# 九江DHL国际快递公司 九江DHL国际快递电话

产品名称	九江DHL国际快递公司 九江DHL国际快递电话
公司名称	安徽敦航国际货运代理有限公司
价格	29.00/千克
规格参数	DHL:国际快递 国际空运:全球送达 上门取件:免费包装
公司地址	安徽省合肥市肥西县玉兰大道与长安路交口柏堰商业服务中心门面C1-18、19号
联系电话	15955942666 18010889846

## 产品详情

电子邮件营销仍然是一种强有力的营销工具。2023年，电子邮件营销带来的收入有望超过100亿美元<sup>1</sup>。在本文中，我们将着重探讨电子直邮营销。有些人将电子邮件营销和电子直邮营销混为一谈，但实际上两者之间略有区别。什么是电子直邮（EDM）营销？

电子直邮营销是指企业将通过发送电子邮件，向同意接收邮件的目标顾客群和潜在顾客群推广产品或服务的一种数字化营销策略。

电子直邮营销策略的目的是与顾客建立关系、挖掘潜在顾客和增加销量。企业可以将电子直邮营销与跨渠道营销相结合，利用各种不同渠道来锁定目标顾客。

### 电子邮件营销与电子直邮营销

电子邮件营销是一种“更加温和”的策略，更注重品牌宣传（如欢迎邮件），并通过定期通讯与顾客保持联系；而电子直邮营销，顾名思义是一种以销售为导向的“直接”营销策略，其目的是通过发送电子邮件向潜在顾客群（同意接收邮件的人群）推广产品<sup>2</sup>。

为了能够开展电子直邮营销活动，首先您要有一份包含大量潜在顾客（同意接收邮件的人群）的名单。

另一个关键区别是，如上所述，电子直邮营销往往与其他营销渠道结合使用，而电子邮件营销通常只通过发送电子邮件进行营销。

### 撰写电子直邮营销邮件需注意的要点

在撰写和设计以销售为导向的电子邮件时，请记住以下几个基本要点。当然，您还需要根据邮件内容进行必要调整。

使用引人注目的主题行，提高邮件的打开率，但必须确保主题与邮件内容相关，否则会误导顾客。

当前，人们大都在手机上查看电子邮件，所以应摘取邮件正文第一句文字来配合主题行，以进一步激发收件人的兴趣。

在邮件中使用具有相关性的高质量图片。

采用契合品牌的设计风格。

确保邮件内容简明扼要，且符合品牌调性。

确保邮件在发送之前已通过内部审核。

在邮件中加入号召性用语（CTA），如邀请对方访问网站或与业务代表进行电话联系。

或者，您可以雇用一名专业文案撰稿人，也就是专门从事邮件文案撰写的自由职业者，来提升邮件的专业度。

针对电子直邮营销的一些重要建议

何时、如何向何人发送电子直邮营销邮件才能最大限度地推升销量？下文提供了一些建议。

细分您的邮件联系人列表

向顾客发送不相关的垃圾邮件不仅是一种低效又浪费的行为，长此以往，还会对业务造成不利影响。更好的办法是，细分您的邮件联系人列表，并向顾客发送有针对性的邮件。

细分邮件联系人列表的方法有很多，例如您可以按照他们的年龄、性别、兴趣、地点、每月花费以及他们在访问您的网站时的行为等条件进行细分。其中的关键在于[了解顾客](#)以及他们的行为。

对邮件联系人列表进行细分之后，您可以通过电子邮件向受众发送有针对性的产品和服务信息，也可以通过其他渠道来触达他们。

您还可以根据销售频率、近期消费或终身消费情况，对VIP顾客进行细分。基于此，您就知道应重点关注哪些顾客。您甚至还可以为他们制定一份专属的忠诚度计划。

尽可能提供个性化内容

您可以根据顾客数据更充分地了解顾客的兴趣。如果您刚刚将新产品添加到网站上，顾客就下单购买了，那为什么不为他们提供一个高级VIP码，让他们能够提前订购呢？通过这样的服务，他们会有一种被品牌重视的感觉，也就更有可能成为您的忠实顾客。

您还可以充分利用生日和纪念日等契机，为顾客提供一些礼遇，如发送折扣码、免费样品或礼品等。

跟踪您的所有电子邮件

尽量跟踪邮件的点击率和打开率。通过跟踪邮件，您可以了解哪类优惠信息和邮件更吸引顾客。您还可以针对特定元素（如主题行）进行A/B测试。

同时，务必跟踪销售和购买情况，以确定哪些邮件的宣传效果最好。借助这种方法，您就可以在未来不

断提升营销活动的效果。

让 EDM 营销成为更大营销活动的一部分

例如，当您正在推出一款新产品，或者完成了一款畅销产品的补货工作时，您可以[采取将其他营销渠道](#)与电子直邮营销相结合的方式，来确保信息的有效传递。

社交媒体、促销活动和线下活动均可与电子直邮营销结合使用，将您的销售信息全方位地推送给顾客。

废弃的购物车和废弃的浏览电子邮件

如果您的网页跟踪功能显示网购者放弃了购物车，先不要心灰意冷，因为此时[还有一线希望](#)

。您可以提醒他们购物车内还有商品尚未结账。还可以使用限时优惠或库存不足消息来鼓励他们快速结账，或为他们提供所弃购产品的其他替代选项。

您可以在网购者放弃购物车后发送几封电子邮件，尝试不同的方法，但务必在一个小时内发送第一封邮件，因为这时顾客对这些产品仍然记忆犹新。

同样地，如果一位顾客浏览了您的网站之后直接离开了，您也可以像应对购物车弃购那样，通过发送类似的电子邮件来吸引顾客再次浏览网站。

充分利用售后电子邮件

尽管售后电子邮件通常是为了保持顾客对品牌的“好感”，但您也可以利用售后电子邮件来交叉销售相关产品。例如，如果一位顾客购买了一副新的太阳镜，您可以尝试向其推销沙滩包——可能是按折扣价出售，以表达谢意。

无论发送交易电子邮件的目的是为了感谢顾客下单购买产品，还是确认支付、产品详情或发货等事宜，都要确保邮件内容在语言和设计上与您的品牌风格保持一致。您还可以利用这些因素来鼓励顾客同意接收您的营销电子邮件。

向暂停购买产品的顾客发送电子邮件

如果顾客已有一段时间未购买产品，您可以发送主题为“想念你”或“特价优惠”的电子邮件来吸引他们再次光顾。要想了解这种方法适用于哪些顾客，就需要深入了解相关数据：首先是查看顾客的最后购买日期。

可用于重新激活暂停购买产品的顾客的策略包括：提供满减折扣等优惠，根据他们的过往购物喜好提供相关内容，询问他们未持续光顾的原因。

电子邮件自动化可使这一切成为可能

毫无疑问，要实施有效的电子邮件营销策略，首先需要实现电子邮件自动化。基于用户交互的消息自动排序功能不仅有助于您在长期内鼓励顾客持续购买产品，还有助于您逐步改进优惠，直至找到每位顾客的最佳转化点。想一想您能提供哪些优惠，例如折扣和免运费等。

电子直邮营销活动的好处

相比其他营销形式，电子邮件营销活动有很多好处和优势。以下是最主要的7个好处。

### 1. 可带来巨大的投资回报

电子邮件营销的初始投资相对较低，特别是相对于网红营销而言。尽管如此，但当您的目标群体正好对您的业务较感兴趣时，电子邮件营销（特别是电子直邮营销）将对销售产生巨大影响。事实上，电子邮件营销的投资回报率为1:45，即每投入1美元可以赚取45美元的收益<sup>3</sup>。

### 2. 为您的网站带来更多流量

在所有营销宣传内容中加入优惠信息和强有力的号召性用语，以及您的网站链接——如果结合线下渠道，也可提供网站地址。通过这种做法，您就可以为网站带来流量，从而推升销量。

### 3. 增进与顾客的关系

发送有针对性的个性化电子邮件是增进品牌与顾客之间关系的有效途径。顾客对您的品牌越熟悉，越觉得您的品牌了解他们的喜好，他们就会越信任您的品牌。从长远来看，这也有助于推升销量。

### 4. 让顾客记住您的品牌

尽管大多数电子直邮营销活动的主要目标都是促进销售，但它也有助于让顾客记住您的品牌——即使他们不会立刻购买，但只要保持参与度，他们最终都会购买产品。

### 5. 提高品牌在社交媒体平台上的参与度

除了增加网站流量，电子直邮营销还可以提高品牌在社交媒体平台上的参与度。例如，您可以在电子邮件中鼓励顾客了解更多关于品牌的信息，并在社交媒体上关注品牌。将电子邮件和多种营销渠道结合使用是电子直邮营销的一大优势。

### 6. 通过实现自动化节省时间

通过对无需个性化定制的消息进行自动化处理，您可以将省下来的时间用于业务的其它方面。这也是一种高效触达顾客的方式。

### 7. 挖掘顾客的真正需求

了解顾客的需求有助于有的放矢地为他们提供产品。电子邮件营销可帮助您获得反馈，例如，通过满意度调查的方式获得反馈。通过这种方法，还能够提高顾客的忠诚度，因为他们会觉得自己的意见受到了重视，这可以帮助您改善产品和体验，从而增加销售。

关于电子直邮营销的常见问题在市场营销中，电子直邮营销指的是什么？

电子直邮营销在英文中简称为EDM。其中，“直邮”更强调以销售为导向的电子邮件形式。

电子直邮营销与电子邮件营销是否相同？

不完全相同。尽管有些人将这两个术语混为一谈，但电子直邮营销更侧重于以销售为导向，而电子邮件营销则是一种“更加温和”的营销宣传方式。此外，电子直邮营销通常涉及更加复杂的多渠道营销策略。

电子直邮营销和电子邮件营销之间有什么区别？

电子直邮营销是一种更加“直接”的以销售为导向的营销策略，而电子邮件营销则是一种不以销售为导向的宣传方式，如时事通讯和欢迎邮件等。此外，电子直邮营销通常针对那些对品牌感兴趣且同意接收邮件的人群，而电子邮件营销则对此没有特别要求。最后，电子直邮营销往往与其它营销渠道（如社交媒体平台）结合使用，而电子邮件营销更倾向于单独使用。