CÁCH S.P.A.M EMAIL KIẾM XÈNG DÀNH CHO NEWBIE

(HÀNH TRÌNH THỰC CHIẾN)



Về mặt lý thuyết, nếu bạn đang có trong tay một nguồn Data Email khách hàng được cho là tiềm năng, bạn hoàn toàn có thể gửi cho họ những Email chứa thông tin mà có thể họ sẽ muốn đọc (Ví dụ thông tin về sản phẩm, dịch vụ, khuyến mãi, thông báo, tin tức…) Trong email đó, bạn chèn vào đường Link của mình. Đường Link này có thể là Link dẫn tới Website của bạn, hoặc đường Link Affiliate dẫn tới chiến dịch bạn đang chạy.

Ví dụ:

- Bạn đang có tệp Email của khách hàng thích săn Voucher sàn TMĐT. Vào 1 ngày trước những ngày hội siêu Sale kiểu 5/5, 6/6, 7/7 bạn gửi cho họ một Email có đường Link Affiliate dẫn tới Shopee, Lazada.
- Bạn đang có tệp Email những khách hàng đang có nhu cầu vay tiền gấp. Bạn gửi cho họ một Email chứa đường Link Affiliate dẫn tới gói vay.

Vấn đề ở đây là, nguồn Email của khách hàng lấy từ đâu?

Tới đây câu chuyện sẽ rẽ sang 2 hướng:

- Hướng chuẩn chỉnh: Bạn thu thập email của khách hàng bằng những phương pháp *"chính thống"*, ví dụ tạo khảo sát để khách hàng để lại email, Đặt form nhận email đăng ký trên Website, kêu gọi khách hàng để lại email để nhận ưu đãi.
- Hướng không chuẩn chỉnh: Đi mua, hoặc đi quét email. Nói chung email khách hàng rơi vào tay bạn mà không phải do ý muốn của họ.

Với hướng đầu tiên, nó gọi là Email Marketing. Với hướng còn lại, nó là Spam – Quá rõ ràng. Bây giờ câu chuyện nên hay không nên Spam mình sẽ để các bạn tự quyết định nhé.

Nói thêm 1 tí về *"không chuẩn chỉnh":*

Có 1 phương pháp mình từng sử dụng đó là:

Quét UID group khách hàng mục tiêu > Chuyển UID thành Email (Nếu muốn thì chuyển UID thành SĐT để chạy SMS Marketing cũng được).

Ví dụ: Bạn đang muốn có tệp Email là khách hàng tiềm năng trong lĩnh vực thẩm mỹ, thì bạn có thể dùng Tools quét UID những Group như Tâm Sự Dao Kéo, Tâm Sự Làm Đẹp. Sau khi quét xong bạn sẽ có 1 tệp UID, bạn lại dùng 1 Tools khác chuyển các UID này thành Email (Tỉ lệ tầm 40-60%).

Lưu ý: Sau khi có tệp Email rồi, bạn phải làm thêm 1 bước nữa đó là lọc các Email không tồn tại, Email không hợp lệ.

- Phần mềm quét UID: Mình hay dùng Simple UID của ATP.
- Phần mềm chuyển UID thành Email: Tracuusodienthoai.
- Phần mềm lọc Email hợp lệ: TOP Email Verify.

Các phần mềm trên thì hồi trước mình có dùng, nhưng hiện tại không biết còn có hiệu quả hay không? Bạn có thể sử dụng các phần mềm khác nhé!

Sau khi đã có Data Email của khách hàng, sẽ có 3 yếu tố bạn phải đối mặt:

Phải làm sao để có thể gửi được Email và chi phí gửi Email là rẻ nhất

Để có thể gửi hàng chục tới hàng trăm ngàn Email mỗi ngày, bạn không thể gửi thủ công bằng Gmail. Sẽ có 2 thứ bạn cần để có thể thực hiện việc này:

- Server gửi Email
- Phần mềm gửi Email

Theo kinh nghiệm của mình, Server Amazon SES là tốt nhất để dùng cho Email Marketing, với chi phí gửi 1000 Email

vào khoảng 0.1 USD. Hiện tại Amazon SES đăng ký cũng rất dễ với hạn mức gửi là 50K Email/Ngày.

Tới đây thì có thể sẽ thắc mắc là những dịch vụ nổi tiếng như Mailchimp, Getresponse.. đâu mà không thấy nhắc tới. Đó là vấn đề về chi phí, nếu Amazon SES gửi 50K Email chỉ tốn 5 USD, thì Getresponse tốn khoảng 300 USD, đắt hơn gấp 60 lần.

Sau khi đã có một Server để gửi Email, bạn cần có một phần mềm để gửi Email. Hiện tại mình đang sử dụng phần mềm Smart Serial Mailer để tiến hành gửi. Hướng dẫn và tải phần mềm các bạn có thể tìm thấy trên Google. Tất nhiên là sẽ có nhiều phần mềm phục vụ việc gửi Email, nhưng mình vẫn cảm thấy Smart Serial Mailer là dễ sử dụng nhất.

Lưu ý: Một số Website lớn sẽ có phần mềm gửi Email Marketing tích hợp trực tiếp vào Server hoặc VPS của họ rồi.

Phải làm sao để Email bạn gửi phải có tỉ lệ vào Inbox cao nhất

Để Email có tỉ lệ vào Inbox cao, mình thường áp dụng 1 số lưu ý sau:

- Email không chứa các cụm từ dễ bị đánh vào Spam (Google thêm)
- Email không chứa quá nhiều ảnh và chứa quá nhiều Link (Thông thường mình chỉ dùng 1 ảnh hoặc 1 Link)
- Email để gửi đi nên là Email có tên miền công ty (Mình đã Test về việc nên dùng Email Gmail, Yahoo Mail,

Hotmail hay Mail công ty gửi đi sẽ có tỉ lệ vào Inbox cao hơn)

- Email nên được cá nhân hóa bằng cách thêm tên của người nhận vào.
- Nên hạn chế sử dụng các Email với template HTML có sẵn. Mặc dù nó rất đẹp mắt nhưng khả năng cao là sẽ bị đẩy vào mục quảng cáo hoặc Spam.

Email của bạn phải có tỉ lệ mở và chuyển đổi cao nhất

Khi khách hàng đã mở Email, việc để làm sao để họ đọc Email và bị thuyết phục bởi nội dung hoàn toàn phụ thuộc vào khả năng viết Content của bạn. Những yếu tố như Call To Action, Story Telling, thao túng tâm lý, các nguyên tắc về bố cục nội dung… cái nào bạn dùng được thì cứ dùng. Nhưng mà cách dễ nhất mà mình thường hay áp dụng đó là:

"Mình sẽ tự đọc Email và đặt mình vào vị trí khách hàng, liệu như vậy đã đủ thuyết phục chưa. Nếu mình có thể tự thuyết phục chính mình, thì khả năng cao nó cũng sẽ thuyết phục được người khác".

Việc có thể tận dụng Email Marketing để kiếm tiền hay không vẫn phải phụ thuộc vào cách bạn sử dụng nó. Khi mà lý thuyết là như nhau, thì người nào có tư duy nhạy bén hơn, kinh nghiệm hơn sẽ là những người thắng cuộc cuối cùng.

Nói chung Email là 1 câu chuyện rất dài, nhiều khía cạnh, khó mà nói hết được. Nó mà đơn giản thì đã không có cả ngàn cuốn sách nói về nó, thêm cả hàng hà sa số khóa học nói về Email Marketing kể cả cho cá nhân lẫn doanh nghiệp.

Nguồn : CEO Nguyễn Anh Tín