

image not found or type unknown



Какие особенности имеет реклама по электронной почте

Прямая рассылка должна осуществляться преимущественно по отраслевому принципу. Кроме того, предусмотрено проведение целевой рассылки по предприятиям Газпрома с использованием каналов ведомства и МПС. Для контроля за эффективностью рассылки предусмотрено ведение контроля за ее эффективностью. Новым видом рекламы для большинства промышленных предприятий является рассылка по электронной почте. Можно предположить, что здесь наибольший отклик мы получим со стороны всевозможных посредников, что может дать в некоторых случаях неожиданно серьезный эффект.

К прямому маркетингу относятся получившие интенсивное развитие на протяжении последнего десятилетия прямая почтовая реклама, телемаркетинг и рассылки по электронной почте. Прямой маркетинг отличается от рекламы тем, что он нацелен на конкретных покупателей, а не на потребительскую аудиторию, косвенное воздействие на которую осуществляется через такие масс-медиа, как телевидение и газеты. Кроме того, он предполагает немедленный ответ потребителя, а не повышение осведомленности или позитивного отношения к марке. И наконец, товар покупается непосредственно у производителя, а не через промежуточного продавца или в магазине.

Реклама по электронной почте предоставляет ряд возможностей для передачи и донесения рекламы до пользователя. Это списки рассылки, дискуссионные листы, персональные почтовые сообщения. Реклама по e-mail имеет свои особенности и преимущества.

Продавцы могут рассылать контент своим целевым аудиториям по Интернету, предлагая пользователям зарегистрироваться и получать именно ту рекламу, которая им интересна. Пользователи выбирают специфических рекламодателей и компании, а продавцы посылают объявления по электронной почте в виде пуш-рекламы, или веб-кастинга. Однако прежде, чем запускать такую рекламу, продавцы должны привлечь потребителей на свой сайт, чтобы можно было получить их согласие на рассылку пуш-рекламы. Преимущество пуш-рекламы в том, что она является целевой и достигает именно тех пользователей, которые указали на свой интерес к данному продукту.

Базы данных по контрактам. Где бы компания ни размещала свою рекламу, среди прочих ее реквизитов она должна указать адрес электронной почты. Этот адрес должен быть указан также на всех визитных карточках сотрудников компании. Каждое получаемое по электронной почте сообщение обрабатывается и заносится в базу данных по контрактам. Использование подобных баз данных снижает затраты на отправку факсов, писем и другой корреспонденции, причем подготовка ответа на e-mail осуществляется значительно проще.

Коммерческая реклама по email — это такой формат рекламы, который предполагает рассылку информации на электронную почту непосредственно потенциальному потребителю, то есть пользователю, который заинтересован в получении этой информации.

Email рассылка – самый экономичный способ донести информацию до потребителя. E-mail рассылка представляет собой метод маркетинга, при котором компании рассылают рекламные материалы и образцы своей продукции потенциальным покупателям. В Интернете email рассылки нередко называют спамом. Спам – это массовая рассылка рекламных объявлений по электронной почте без согласия на то получателей. Однако отличие рекламы методом email рассылки состоит в том, что прямая почтовая рассылка осуществляется с согласия потребителя.

Рассылка электронной почты является инструментом маркетинга и рекламы. При помощи подписной рассылки можно повышать лояльность клиентов, поддерживать их интерес к товару или компании, информировать о новинках, проводить опросы и т. д.

Организовав регулярную рассылку развлекательного или познавательного характера и приобретя достаточное число подписчиков, можно вставлять в неё некоторое количество рекламы, окупая, таким образом, затраты или даже получая прибыль (главное тут — не переборщить). Реклама в подписной рассылке в первом приближении менее эффективна, чем спам, так как масштаб рассылки не тот. Тем не менее, она существует и востребована, поскольку далеко не каждый рекламодатель согласен рекламироваться через спам. К тому же, что немаловажно, за счёт наличия содержательной части такую рекламу нельзя отфильтровать спам-фильтром.

<https://elama.ru/blog/kontekstnaya-reklama-osnovy/#free-webinars>

<https://yagla.ru/blog/kontekstnaya-reklama/osnovy-kontekstnoy-reklamy/>