



УДК 339.138

EMAIL-МАРКЕТИНГ. ЯКІСНИЙ ЗВОРОТНІЙ ЗВ'ЯЗОК ВІД PLAIN-TEXT ЛИСТА

Студ. М.А. Сидоренко, гр.БМР1-16
Науковий керівник доц. О.С. Євсейцева
Київський національний університет технологій та дизайну

Мета і завдання. Метою наукового дослідження є розкриття особливостей використання електронних plain-text листів та їх відносна перевага над HTML форматами листів.

Завдання – розглянути структуру email-маркетингу. Проаналізувати способи розповсюдження інформації та формати листів. Дослідити важливість використання простих листів та їх вплив на психологію сприйняття людини, результативність використання одно форматних інтернет-листів.

Об'єкт дослідження. Email-маркетинг як один з найбільш ефективних інструментів інтернет-маркетингу в бізнесі та прямого зв'язку з аудиторією та можливістю розповсюдження товару в мережі. Якісний зворотній зв'язок в мережі Інтернет.

Методи та засоби дослідження. Порівняння поглядів на дану проблему за допомогою статей відомих українських та закордонних маркетологів, вивчення літератури відповідно до теми, аналіз стандартних структур формування email-маркетингу, проведення опитування серед студентів КНУТД, використання «А/В тестування», проведеного інтернет-маркетинговою компанією Hubspot в 2014 році.

Наукова новизна та практичне значення отриманих результатів:

- виявлено позитивний вплив мінімізації реклами в інтернет мережі;
- набуло подальшого розвитку використання plain-text листів в інтернет-бізнесі;
- доведено перевагу одно форматних електронних листів над навантаженими HTML листами.

Результати дослідження. Email-маркетинг вважається одним із найважливіших інструментів безпосереднього зв'язку з цільовою аудиторією і популяризацією продукту чи послуг в інтернеті. Сьогодні це недорогий і простий спосіб донести певну комерційну інформацію користувачам.

Загалом існує 6 основних переваг використання такого виду інтернет-маркетингу. Одним з головних аспектів є дешевизна підтримки каналу. Розглядається велика можливість зібрати актуальну базу своєї аудиторії. Варто пам'ятати, що це широке поле для створення комунікації між брендом і споживачем, що є головним в просуванні власного продукту. Також це велика можливість повної автоматизації процесу на основі інформації, збільшення ефективності за рахунок персоналізації на основі інформації про клієнта. І останнє - ефективне залучення до виконання необхідних інтеракцій. Але це не всі можливі плюси email-маркетингу. Розгляне головну суть цього способу маркетингу в Інтернеті.

Email-маркетинг полягає в написанні електронних рекламних листів (інформаційних бюлетенів, оголошень, пропозицій) цільовій аудиторії. Звичайно, не варто плутати це зі спамом (нав'язливими листами, від яких переважно неможливо відписатися). Email-маркетинг має строго певну аудиторію, на яку спрямований. Такий метод є навіть ефективніше, ніж розміщення масової (наприклад, банерної) реклами. Незважаючи на тривалість існування і появу безлічі нових маркетингових практик, поштовий маркетинг залишається важливим інструментом в арсеналі інтернет-



маркетолога. Існує безліч способів подачі певної інформації задля зацікавлення потенційного клієнта. Одним із них є plain-text лист без використання анімації. У цій роботі досліджуються переваги та результативність цього виду. Адже головним в email-маркетингу є створення та закріплення якісних відносин з аудиторією, збільшення показників продажу.

Дослідження проводилось серед студентів певних груп в соціальній мережі з використанням тестових документів, в яких головним питанням було порівняння анімаційних та простих листів. Також для закріплення результату було використано «А/В тестування», проведене інтернет-маркетинговою компанією Hubspot в 2014 році.

Чим же зручні plain-text листи? Результати дослідження показали, що plain-text листи дають вагомий результат, аніж HTML листи. На відміну від html-шаблонів вони прості, навіть суворі. І в цьому їх особливість. Рушійною силою є те, що email сприймається як пряме спілкування, на відміну від інших каналів маркетингу. Потенційні клієнти звикли використовувати свою електронну пошту в особистих цілях тому і довіра до таких інформаційних текстів більша.

В чому ж перевага? По-перше, одноформатні, або прості, листи можуть відобразитись на максимально можливій кількості поштових програм. Тому це сприяє повному поширенню інформації до певної аудиторії. По-друге, такі листи можуть легко уникнути втручання спам-фільтрів. Адже відомо, що отримуючи повідомлення, більшість анімаційних листів автоматично блокуються і гарантовано відрізають бажаний зворотній зв'язок від користувача. Смаки також відіграють велику роль. Більшість віддають перевагу причитуванню тексту. Тут діє і певний психологічний метод. При використанні лише тексту концентрація уваги збільшується і потенційний клієнт на підсвідомому рівні намагається деталізувати для себе інформацію з екрану. Психологи виявили, що більше пропусків і абзаців в повідомленні, тим довше адресати затримують погляд на розсилці, щоб розібратися докладніше в інформації. Це може бути як повторне причитування так і перехід до прямого зв'язку з підприємством чи компанією. Крім прямої розсилки пропозицій своїм нинішнім або потенційним партнерам, ви можете організувати розсилання для своїх клієнтів, в якій йтиметься про новини вашої компанії. В такому випадку буде доцільніше використання саме простих текстових повідомлень.

Всі перераховані вище переваги надають максимально якісний зворотній зв'язок причиною якого є простота та відкритість у відношенні до потенційного клієнта. Чим природніше виглядає та відчувається бажання допомогти, проінформувати та зацікавити тим більша можливість отримання позитивних відгуків та популяризації власної продукції, товару чи послуги.

Висновки. Отже, беручи до уваги тенденції сучасного світу та стрімкий розвиток email-маркетингу, потрібно створювати та вдосконалювати нові методи отримання зворотного зв'язку від потенційних клієнтів. Але слід не забувати про те, що є певні критерії, які впливають на позитивний відгук – доступність, простота та відкритість. Саме ці фактори повністю описують результативність використання plain-text листів серед усіх інших в сфері інтернет-маркетингу. На відміну від HTML, відправлені в plain-text листи не сприймаються одержувачем як рекламні. В цьому і полягає їх основна перевага. Якщо у вас є дійсно цінне пропозицію для обмеженого кола клієнтів, спробуйте донести його простим текстом.

Ключові слова. E-mail маркетинг, plain text листи, реклама, Інтернет, зворотній зв'язок.