

11 TIPŮ JAK PSÁT E-MAILY

Zaměřte svoji pozornost na obsah svých e-mailů a přemýšlejte o níže uvedených bodech.

Jak jste na tom? Znáte svého zákazníka a píšete e-maily skutečně pro něho, pro ni?

TOUHA ZÁKAZNÍKA



Zaměřujete v e-mailu svoji pozornost na reálnou touhu, kterou má zákazník ve své mysli? A třeba o ni ani neví?



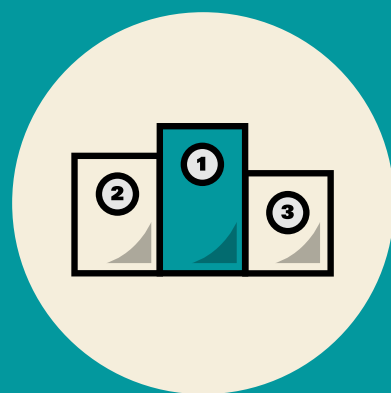
SPECIFICKÝ OBSAH

Je váš obsah dost specifický, aby se na touhu zákazníka napojil?



JSTE LEPŠÍ?

Existuje touha, sen zákazníka, kterou můžete naplnit lépe než konkurence nebo jejich konkurenční produkty?



VAŠE VYJÍMEČNOST

Zanesli jste do svých textů svoji specifickou exkluzivitu, vaši vyjimečnost?

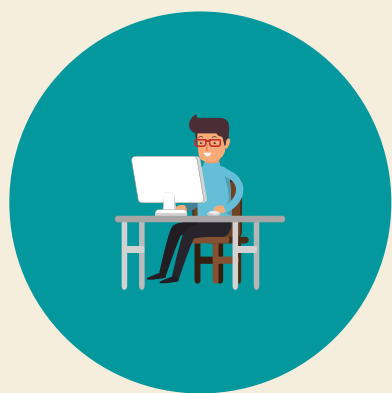


VNÍMÁNÍ HODNOT

Znáte vnitřní motivaci vašich zákazníků? Jak vnímají hodnoty, krásu (design), morálku?



JAK PSÁT E-MAILY



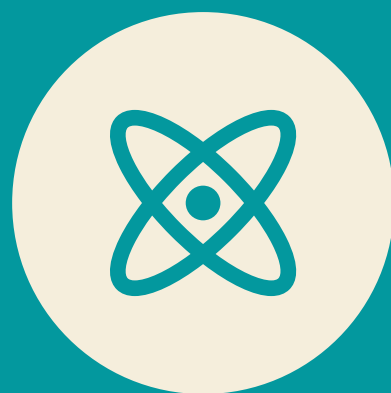
SLOVESA NEBO PŘÍSLOVCE

Používáte v textech aktivní slovesa a konkrétní podstatná jména? Nebo tam najdeme mnoho přídavných jmen a příslovců?



TECHNIČTINA

Používáte v textech zbytečné, technické termíny?



VHODNÁ SLOVA

Používáte v textech, kterým uvozujete magnet na kontakty slova vzbuzující pocit nedostatku, vlivu nebo příběh ke zvýšení vnímané hodnoty?



VZBUZENÍ DŮVĚRY

Obsahuje váš e-mail, web ikony a prvky vzbuzující důvěru?



REFERENCE OD ZÁKAZNÍKŮ

Používáte recenze od zákazníků dostatečně viditelně, abyste zvýšili vnímanou hodnotu vašeho produktu nebo služby?



PŘEKROČENÍ NÁKLADŮ

Překračuje výrazně vnímaná hodnota vašeho produktu/služby náklady (třeba i nepeněžní), které bude třeba vynaložit v případě koupě vašich produktů/služeb?

