

E-mail marketing som et vigtigt værktøj

Det mest effektive markedsføringsværktøj for online services, eshops m.m. er muligheden for at sende nyhedsbreve til eksisterende kunder, men også til potentielle nye kunder. I nyhedsbrevet har man en unik mulighed for at sælge til modtagerne, og lykkes det ikke første gang, så har man en chance igen i næste nyhedsbrev.

Prismæssigt er der også meget at vinde ved at benytte e-mail marketing. Køber man f.eks. besøgende til en hjemmeside, så koster dette typisk 2-3 kr. per klik fra f.eks. et banner, men til samme pris kan man også købe en tilmelding til ens nyhedsbrev. En tilmelding til nyhedsbrevet kan let betyde f.eks. op til flere klik per måned fra en bruger over en lige så lang periode, som man kan fastholde brugeren på nyhedsbrevet.

Mulighederne på Gratis-Ting.dk

På Gratis-Ting.dk indsamler vi kun e-mail tilmeldinger, hvor brugeren tilmelder sig ét nyhedsbrev, samt hvor det tydeligt fremgår, hvilket nyhedsbrev brugeren tilmelder sig. Samtidig vælges der en præmie i samarbejde med annoncøren, således at den matcher den målgruppe, som man har for nyhedsbrevet.

Et eksempel på en sådan konkurrence kan ses til højre, hvor det er DFDS, som har indsamlet tilmeldinger til deres nyhedsbrev gennem en konkurrence for et minicruise. En sådan konkurrence får ofte over 5.000 tilmeldinger, og der aftales selvfølgelig et fast budget med annoncøren.

Ved tilmelding kan man vælge at få fornavn, efternavn, køn, postnummer, fødselsdato og selvfølgelig e-mail.

Prisen er fra 2 kr. per tilmelding ved kun e-mailadresse og ekstra 0,25 kr. per tilmelding per ekstra information. Kontakt os for en præcis pris ud fra information og budget.



Gratis-Ting.dk tilbyder desuden en mulighed, hvor annoncøren for 0,30 kr. ekstra kun betaler for tilmeldinger fra et bestemt køn. Dermed er man sikret at der kun betales for det køn, som matcher målgruppen for nyhedsbrevet.

En e-mail er ikke bare en e-mail

Hvis man ikke sikrer sig, når man køber tilmeldinger til sit nyhedsbrev, kan man meget vel købe forkerte e-mail tilmeldinger. Man skal derfor være meget opmærksom på:

- 1) Ved brugeren at personen har tilmeldt sig dit nyhedsbrev, eller står det gemt i konkurrencen?
- 2) Hvor mange nyhedsbreve er brugeren blevet tilmeldt samtidig med dit nyhedsbrev?
- 3) Er der blevet benyttet en præmie ved tilmeldingen til nyhedsbrevet, og passer denne til din målgruppe?

Hvis brugeren ikke ved, at personen er blevet tilmeldt dit nyhedsbrev, så framelder personen sig fra nyhedsbrevet, når det første nyhedsbrev modtages. Samtidig bliver nyhedsbrevet typisk meldt som spam, og dette kan give store problemer. Samtidig er en e-mail tilmelding ikke meget værd, hvis brugeren samtidig er blevet tilmeldt f.eks. 8 andre nyhedsbreve, eller hvis præmien er 500 kr. til Matas og dit nyhedsbrev omhandler sportsnyheder for mænd.

Gratis-Ting.dk har selv benyttet e-mail marketing som værktøj siden 1999. Den know how, der er opbygget gennem årene deler vi gerne med vores kunder, således de får mest muligt ud af deres e-mail marketing. Vi har blandt andet statistikker for, hvornår der udsendes flest nyhedsbreve i Danmark, erfaringer med gode systemer, som kan sende nyhedsbreve effektivt og meget mere.