



### 3 Absurdalnie proste sposoby, na powiązanie mediów społecznościowych z e-mail marketingiem.

Coraz większa grupa osób aktywnie zajmująca się e-mail marketingiem zastanawia się, w jaki sposób mogłaby zachęcić swoich abonentów do wzajemnej interakcji w mediach społecznościowych.

Media społecznościowe takie jak Facebook, czy Twitter są świetnym miejscem do promowania swojej firmy, marki lub własnej osoby. Innymi słowy są miejscem „rozsyłania” informacji o naszej działalności.

Dzięki tym kanałom docierania do ludzi jesteśmy w stanie przekazać im naszą wartość, jaką dajemy, a także zaprosić do skorzystania z atrakcyjnej oferty. Zainteresowane ofertą osoby zazwyczaj trafiają na nasze listy mailingowe i w tym miejscu dla wielu z nich kontakt z naszą osobą, lub firmą się urywa.

Dalsze utrzymanie relacji z takimi osobami spoczywa już na głowach marketerów. Ci poprzez systematycznie rozsyłany mailing starają się utrzymać kontakt i ocieplać relacje.

Warto jednak „prowokować” naszych subskrybentów do interakcji z nami w mediach społecznościowych. Może się to okazać bardzo pomocne chociażby w świetle obecnie panujących zasad na Facebook’u, gdzie ilość publikowanej przez nas treści i tak nie dociera do wszystkich osób, które polubiły naszą stronę, czy funpage.

## Oto trzy proste sposoby, jak to zrobić:

### 1. Zbieraj informacje o profilu w formularzach zapisu

Oferuj subskrybentom Twojego mailingu, możliwość dołączenia nazwy ich profilu np. na Twitterze w formularz zapisu. Coś w stylu:

*„Dbamy o naszych klientów. Chcielibyśmy obserwować Ciebie na Twitterze. Podaj proszę swój profil na Twitterze, a my zaczniemy obserwować Cię tak szybko jak to możliwe. (Tak przy okazji jesteśmy „@nasza\_nazwa”)”*



### 2. Promowanie swoich profili w mediach społecznościowych

Kiedy ktoś zapisze się na Twoją listę i wysyłasz do niego wiadomość powitalną (mam nadzieję, że to robisz), zamieszczaj w niej linki do swoich profili społecznościowych. Uważnie śledź, które łącza są klikane, to będzie dla Ciebie wskaźnikiem, które z nich są najbardziej popularne wśród Twoich klientów.

### 3. Część swoich ofert udostępniaj tylko poprzez media społecznościowe

Jeśli naprawdę chcesz, aby Twoi klienci utrzymywali z Tobą kontakt poprzez media społecznościowe, oraz w jakiej intensywności, twórz e-maile, które zawierają linki do ofert specjalnych lub kodów promocyjnych, które są

publikowane tylko na stronach profili społecznościowych.  
Może to być coś w stylu:

*"Mamy niesamowitą ofertę / super promocję / ekstra rabaty, tylko dla naszych subskrybentów. Szczegółowe informacje i kody promocyjne znajdziesz, odwiedzając nas online na Facebooku, YouTube i Twitterze".*

# Licencja użytkownika

Możesz dowolnie kopiować i rozpowszechniać niniejszą publikację w każdej formie. Jedynym warunkiem jest to, by treść nie uległa zmianie.

Niniejszą publikację można cytować pod warunkiem, że poda się źródło cytatu, lub adres strony: [pozaetatem.pl](http://pozaetatem.pl)

Przeznacz ten raport swoim znajomym, którzy mogliby docenić Cię za zawartą w nim wiedzę. (Zastrzegam sobie jedynie: Zakaz modyfikowania treści)

© 2014 PozaEtatem.pl