

Ανάλυση Βημάτων Εκστρατείας Email Marketing

1. Καταγραφή δεδομένων με συγκατάθεση (opt-in)

- Συλλέγουμε email χρηστών που δίνουν ρητή συγκατάθεση, π.χ. μέσα από φόρμες εγγραφής σε ιστοσελίδες ή events.

2. Προσθήκη στο σύστημα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου

- Εισάγουμε τα emails σε ένα εργαλείο όπως Mailchimp, HubSpot, ή Sendinblue για διαχείριση και αποστολή.

3. Διαχωρισμός λιστών σε σχετικές ομάδες (Segmentation)

- Χωρίζουμε το κοινό σε ομάδες βάσει ενδιαφερόντων, γεωγραφίας, αγοραστικής συμπεριφοράς κτλ.

4. Δημιουργία ελκυστικών γραμμών θέματος (Subject Lines)

- Οι γραμμές θέματος πρέπει να είναι σύντομες, εξατομικευμένες και να προκαλούν το ενδιαφέρον για άνοιγμα του email.

5. Ενσωμάτωση οδηγιών – προσκλήσεις για δράση (CTA – Call To Action)

- Ξεκάθαρες οδηγίες για το τι πρέπει να κάνει ο αναγνώστης (π.χ. «Κατεβάστε το ebook», «Δείτε την προσφορά»).

6. Δημιουργία περιεχομένου (Content Creation)

- Σχεδίαση ελκυστικών και χρήσιμων email που προσθέτουν αξία στους παραλήπτες (π.χ. προσφορές, νέα, tips).

7. Δοκιμές A/B Testing

- Αποστολή δύο ή περισσότερων εκδόσεων του email για να δούμε ποια θέματα ή εικόνες έχουν καλύτερη απόδοση.

8. Μέτρηση αποτελεσμάτων (Analytics)

- Παρακολούθηση δεικτών όπως Open Rate, Click-Through Rate (CTR), Conversion Rate.

9. Ενημέρωση της βάσης δεδομένων

- Καθαρισμός λιστών, αφαίρεση ανενεργών emails και ενημέρωση προτιμήσεων χρηστών.

Μελέτη Περίπτωσης: Εκστρατεία Email για την Προώθηση Ελληνικού Ελαιολάδου

Στόχος: Προώθηση βιολογικού ελαιολάδου σε νέους πελάτες στην Ευρώπη.

Βήματα:

- **Καταγραφή δεδομένων:** Δημιουργήθηκε φόρμα εγγραφής σε landing page με δώρο ένα ebook για "Τα μυστικά του ελαιολάδου".
- **Προσθήκη στο Mailchimp:** Τα emails μεταφέρθηκαν αυτόματα μέσω Zapier στο Mailchimp.
- **Διαχωρισμός λιστών:**
 - Ομάδα 1: Επαγγελματίες της γαστρονομίας.
 - Ομάδα 2: Καταναλωτές που αναζητούν βιολογικά προϊόντα.
- **Γραμμές θέματος:**
 - Για επαγγελματίες: "Πώς να ανεβάσετε το prestige του μενού σας με ελληνικό ελαιόλαδο".
 - Για καταναλωτές: "Ανακαλύψτε το θησαυρό της Μεσογείου στην κουζίνα σας".
- **Προσκλήσεις για δράση (CTA):**
 - «Δοκιμάστε το σήμερα» ή «Ζητήστε δωρεάν δείγμα».
- **Περιεχόμενο:**
 - Περιελάμβανε ιστορία του ελαιολάδου, πιστοποιήσεις και link για αγορά.
- **A/B Testing:**
 - Δοκιμάστηκαν διαφορετικές εικόνες (π.χ. τοπίο ελαιώνα vs. προϊόν σε πιάτο).
- **Μέτρηση:**
 - Ανοιχτό ποσοστό: 38% (καλύτερο από το industry average).
 - CTR: 12%.
- **Ενημέρωση:**
 - Οι χρήστες που δεν άνοιξαν 2 emails μεταφέρθηκαν σε "sleepers list" για μελλοντική επανεργοποίηση.

Ερμηνείες Αγγλικών Όρων:

1. **Opt-in**
→ **Συγκατάθεση Εγγραφής**
Η ενέργεια κατά την οποία ένας χρήστης δίνει ρητά την άδεια του για να λαμβάνει emails ή άλλες επικοινωνίες.
2. **Mailchimp**
→ **Πλατφόρμα Email Marketing**
Δημοφιλές εργαλείο που χρησιμοποιείται για την αποστολή newsletters, τη δημιουργία καμπανιών email και τη διαχείριση λιστών επαφών.
3. **HubSpot**
→ **Πλατφόρμα Διαχείρισης Πελατειακών Σχέσεων (CRM) και Marketing Automation**
Παρέχει εργαλεία για email marketing, διαχείριση πωλήσεων και inbound marketing.
4. **Sendinblue**
→ **Πλατφόρμα Email Marketing και SMS Marketing**
Εναλλακτικό εργαλείο για μαζική αποστολή emails, αυτοματισμούς marketing και διαχείριση επαφών.
5. **Segmentation**
→ **Διαχωρισμός Λίστας**
Η διαδικασία χωρισμού του κοινού σε μικρότερες ομάδες με βάση κριτήρια όπως τα ενδιαφέροντα, η τοποθεσία ή η συμπεριφορά.
6. **Subject Lines**
→ **Γραμμές Θέματος**
Ο τίτλος ή το θέμα που βλέπει ο παραλήπτης στο email πριν το ανοίξει.
7. **CTA – Call To Action**
→ **Πρόσκληση για Δράση**
Σαφής οδηγία προς τον αναγνώστη να κάνει κάτι συγκεκριμένο (π.χ. να αγοράσει, να κατεβάσει κάτι, να εγγραφεί).
8. **Content Creation**
→ **Δημιουργία Περιεχομένου**
Η διαδικασία παραγωγής κειμένου, εικόνων, βίντεο κτλ. για την επικοινωνία με το κοινό.
9. **A/B Testing**
→ **Δοκιμή Σύγκρισης Εκδόσεων A και B**
Μέθοδος όπου δοκιμάζονται δύο ή περισσότερες διαφορετικές εκδόσεις email (ή άλλου υλικού) για να διαπιστωθεί ποια είναι πιο αποτελεσματική.

10. Analytics

→ Ανάλυση Δεδομένων

Η παρακολούθηση και αξιολόγηση στατιστικών στοιχείων, όπως ποσοστά ανοίγματος ή κλικ.

11. Open Rate

→ Ποσοστό Ανοίγματος Email

Το ποσοστό των χρηστών που άνοιξαν το email που τους στάλθηκε.

12. Click-Through Rate (CTR)

→ Ποσοστό Κλικ (Click-Through Rate)

Το ποσοστό των χρηστών που έκαναν κλικ σε έναν σύνδεσμο μέσα στο email.

13. Conversion Rate

→ Ποσοστό Μετατροπής

Το ποσοστό των χρηστών που ολοκλήρωσαν μια επιθυμητή ενέργεια (π.χ. αγορά, εγγραφή) μετά την αλληλεπίδραση με το email.

14. Landing Page

→ Σελίδα Προορισμού

Ειδική ιστοσελίδα που έχει σχεδιαστεί για να μετατρέπει τους επισκέπτες σε leads ή πελάτες.

15. Zapier

→ Εργαλείο Αυτοματισμού

Υπηρεσία που συνδέει διαφορετικές εφαρμογές (όπως φόρμες και πλατφόρμες email) ώστε να αυτοματοποιούνται εργασίες χωρίς προγραμματισμό.

16. Prestige

→ Κύρος / Φήμη

Η αξία ή η φήμη που αποπνέει ένα προϊόν ή μια υπηρεσία, ειδικά σε γαστρονομικό περιβάλλον.

17. Industry Average

→ Μέσος Όρος του Κλάδου

Ο μέσος όρος επιδόσεων (π.χ. Open Rate) για τον κλάδο στον οποίο ανήκει η επιχείρηση.

18. Sleepers List

→ Λίστα Ανενεργών Χρηστών

Κατηγορία χρηστών που έχουν παραμείνει ανενεργοί (δεν ανοίγουν emails) για ένα συγκεκριμένο χρονικό διάστημα.