EMAILI TURUNDUSE *spikker* ILUTEGIJALE

TEENI KUNI 3800% TOOTLUST EMAILI TURUNDUSSE INVESTEERIDES

Avasta eduka emaili turunduse põhitõed, salanipid & parimad tööriistad

SISUKORD

Sissejuhatus 4

I OSA: Miks eelistada emaili turundust sotsiaalmeediale? 7

Emaili turundus on kõige kasumlikum 7

Emailid on personaalsed & kohandatavad 10

Viimased mõtted 13

II OSA: Kuidas aitab SalonLife emaili turundust teha? 18

Milliseid tööriistu emaili turunduseks kasutada? 22

SalonLife'i & Mailchimpi mugav ühilduvus 23

Klientuuri segmentimine 28

Emailide automatiseerimine 30

Automaatne müügimasin 34

Boonus: *50 soovitust edukaks emaili turundamiseks* 37

SISSEJUHATUS

“Emailid?”

“Ma pean päriselt hakkama emaile saatma?”

Ei... ega Sa ei pea... kui Sa just oma salongile lisakäivet ei soovi teenida.

Sest kui soovid, siis võiksid emaili turundamisega alustada juba täna.

Põhjus on lihtne: emaili turundus pakub keskmiselt kuni 3800%-list investeeringu tasuvust ehk...

Iga 1€ pealt, mida Sa emaili turundusse investeerid, võid tagasi teenida lausa 38€!

Kuigi sotsiaalmeedia platvormid nagu Facebook, Instagram ja YouTube on viimase kümnendi jooksul olnud turunduse vaatevinklist märksa säravamad tähed kui emaili turundus, ei tasu end sotsiaalmeedia “glamuurist” liialt pimestada lasta.

Hubspoti uuringute andmetel on lausa **60% ettevõtjatest** just emaili turunduse välja toonud kui kõige kasumlikuma turunduskanali nende ettevõtte jaoks.

Seega – kas Sina oled neid maagilisi numbreid juba ära kasutanud ja oma salongis emaili turunduse kasutusele võtnud? Või pole Sa sellise võimaluse peale veel jõudnud mõeldagi?

Sõltumata Sinu vastusest on mõistlik selles valdkonnas uus (või järgmine) käik sisse lükata ja oma salongile üks lisasissetulekuallikas kinkida.

Luban, et leiad sellest raamatust **kõik vajaliku** selleks, et emaili turundusega edukalt algust teha.

Hakkame pihta!

Henry Paala
SalonLife'i looja

1

MIKS EELISTADA EMAILI TURUNDUST SOTSIAALMEEDIALE?

Üks peamisi “logistilisi” küsimusi, mida endalt ilutegijana alustades küsida, on: “Kui palju kliente ma soovin/suudan/jaksan teenindada?”.

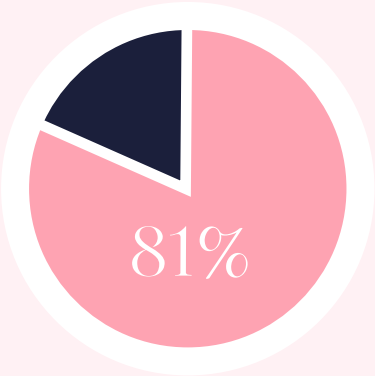
Sellest vastusest lähtuvalt saad juba edasi planeerida, milliste kanalite kaudu oleks parim eeldatava hulga klientideni jõuda.

Sotsiaalmeedia on suurepärane koht, kus pälvida oma sihtrühma tähelepanu ja leida enda salongile uusi kliente. Seda eriti juhul, kui oled ilumaailmas alles esimesi samme tegemas ja iga uus kontakt on kulla hinnaga.

Kuid kas sotsiaalmeedia on siiski parim turunduskanal, et “leiged” huvilised entusiastlikeks püsiklientideks pöö-rata?

2016. aastal küsitles eMarketer 254 ettevõtjat, et teada saada, millised on nende peamised kanalid uute klientide saamiseks. 51% neist ütlesid, et sotsiaalmeedia on nende number 1 valik uute klientide leidmiseks.

Ent siiski lausa 81% küsitletutest tõid välja, et emaili turundus on samuti nende ettevõtte jaoks asendamatu kanal.



KÜSITLETUTEST ÜTLESID, ET EMAILI TURUNDUS ON NENDE ETTEVÕTTE JAOKS ASENDAMATU TURUNDUSKANAL

Kui soovid võhivõõrastega kontakti saada ja bränditeadlikkust tõsta, on sotsiaalmeedia selleks parim valik. Aga kui Sa soovid "bränditeadlikud" endale püsiklientideks tuua, on emaili turundus kindel võitja.

2

EMAILI TURUNDUS ON KÕIGE KASUMLIKUM

Leidub ettevõtjaid, kes ütlevad, et nende eelistatuimaks turundustaktikaks on tasuliste Google'i ja Facebook'i reklaamide jooksutamine. Samas on neid, kes panevad kogu oma raha just sotsiaalmeedia turunduse peale. Ning leidub neid, kes panustavad SEO-turunduse peale.

Ettevõtjatele meeldib arutleda selle üle, mis on **nende arvates** kõige-kõigemad taktikad ja lähenemised parimate tulemuste saavutamiseks.

Kuid selle asemel, et vaadata turundust subjektiivselt, oleks tunduvalt mõistlikum vaadata seda objektiivselt numbreid analüüsides, sest nagu öeldakse - **numbrid ei valeta.**

- **Pay-per-click** (PPC ehk ühe kliki hind) reklaamid (näiteks Google's) annavad investeeringu tasuvuseks iga 1€ kohta 17€.
- **Search Engine Optimization** (SEO ehk otsingu-mootorile optimeerimine) annab isegi paremat tootlust, täpsemalt 22,24€ iga investeeritud 1€ kohta.

- Samas siiski **emaili turundus** on teistest peajagu üle. Iga 1€ eest, mis emaili turundusse investeerid, võid teenida tagasi lausa 38€.

Nagu näha, jätad salongiomanikuna emaili turundust eirates palju raha lauale. Emaili turundus on lihtne, efektiivne ja väga taskukohane teiste turunduskanalitega võrreldes. Sul on võimalus jõuda suurel hulgal inimesteni, kulutades 0€ emaili kirjutamise ja saatmise peale, samal ajal kui näiteks tasuliste reklaamide eest pead tihti väga kõrget hinda maksma, et pildis olla.

Ühtlasi on emaili turundus võimsam kanal klientideni jõudmiseks kui traditsioonilised ajalehe-, raadio-, või telereklaamid, sest sõltumata sellest, kas saadad 1 või 20 emaili, on **Sinu kulud jätkuvalt samad – nullis.**

See muidugi ei tähenda, et Sa ei tohiks teisi turundus-kanaleid üldse kasutada. Sõltuvalt valdkonnast ja sihtrühmast on igale asjale oma õige aeg ja koht. Kuid siiski eeldusel, et Sul ei ole tagataskust tuhandeid eurosid kohe välja käia, tasub võtta tasuta emaili turundusest maksimum.

Kokkuvõttes võimaldab emaili turundus Sul jõuda rohkemate inimesteni, teha müüki ja teenida käivet tunduvalt kasumlikumalt kui teiste kanalite puhul.

1

2

3

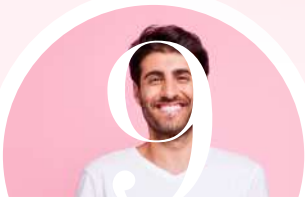
4

5

6

7

8


9

3

EMAILID ON PERSONAALSED & KOHANDATAVAD

Mis on parim emaili turunduse strateegia? Kas saata täpselt sama sisuga email 10 000-le inimesele Sinu listis?

Mmm, mitte päris...

Parim emaili turunduse strateegia põhineb hoopis **oma kuulajaskonna segmentimisel ehk eri kategooriatesse jaotamisel.** Seega kui hakkad klientidele kirja saatma, siis saad täpselt "sihtida" seda kirja nendele, keda antud teema kõige rohkem kõnetab.

Luba ma selgitan...

Näiteks – oletame, et Marial on ilusalong, kus pakutakse erinevatest valdkondadest teenuseid, nagu näiteks:

- Juukselõikused
- Soengud
- Ripsmepikendused
- Geelküüned

Mida rohkem kliente Maria salongist läbi käib, seda rohkem hakkab ta täheldama klientide harjumus-mustreid – kes käib salongis vaid juukselõikusel, kelle broneeringud sisaldavad ainult küünetöid, aga mitte midagi muud jne.

Nüüd – mida enamus ilutegijaid sellises olukorras teevad, kui nad alustavad emaili turundusega? Ükskõik, mis uus toode või teenus neile salongi ka ei jõuaks, nad saadavad selle kohta uudiskirja kogu oma meililistile.

Oletame, et nii tegutseb ka Maria ja taolise lähenemise tulemusena on tema emailide tootlikkus iga kulutatud 1€ kohta 10€. Kuid siis kuuleb Maria kliendibaasi segmentimise taktikast ja hakkab oma klientuuri kategoriseerima.

Seega edaspidi, kui mõni juuksehooldus toode tuleb müüki, ei saada ta selle kohta uudiskirja kõigile oma klientidele, vaid ainult nendele, kes käivad salongis juukselõikuse ja soengu teenustel. Pärast mõnda aega selliselt tegutsemist on näha tulemusi, kuidas emailide tootlikkus on tõusnud 10€ pealt lausa 35€-ni.

Aga kuidas selline asi võimalikuks sai?
Vastus on lihtne: relevantsus.

Eduka emaili turunduse võti on saata klientidele asjakohaseid ja personaliseeritud kirju.

Kui Sa saadad õige sõnumiga kirja õigel ajal õigele kliendile, on emailid kordades tulemuslikumad kui lihtsalt “silmad kinni” kõigile sama sisuga kirju saates.

Kusjuures, parim osa selle juures on veel see, et relevantseid ja personaliseeritud kirju saates ei teeni ainult Sina rohkem raha, vaid ka kliendid saavad just selle sisuga kirju, mis neile enim huvi pakuvad. Nagu öeldakse – “win-win”!

Võttes kirjade personaliseerimisest ja kategoriseerimisest maksimumi, on Sul võimalik emaili turundusega teenida märkimisväärselt suuremaid summasid, kui esialgu arvata oskasid.

VIIMASED MÕTTED

Kui Sa soovid oma salongi viia järgmisele tasemele (olgu see rahaliselt, klientuuri suuruselt, professionaalsuselt vms), siis võiks öelda, et emaili turunduse tegemine on lausa kohustuslik.

Kuigi numbrid rääkisid juba enda eest, on veel üks tähtis aspekt, mille tõttu emaili turundus muudest meetoditest pea jagu üle on - **Sina kontrollid kõike.**

Tehes turundust platvormidel nagu Facebook, Instagram või Google, puudub Sinul tegelik kontroll sündmuste käigu üle. Jah, Sul on küll võimalus valida täpselt oma sihtrühm, asukoht jms detailid, kellele reklaame näidata soovid, ent taoliste platvormide algorütmid muutuvad kiiresti, s.t turundus, reklaamid ja taktikad, mis toimisid ühel kuul, võivad järgmisel kuul olla täiesti kasutud. Sellised muutused toimuvad kiiresti ja nendega sammu pidamine võib olla väga stressirohke.

Samal ajal emaili turunduse puhul oled Sina see, kes oma sihtrühma 100%-liselt kontrollib ja haldab. Sinu käes on täielik kontroll, kuidas, millal ja kellele oma turundussõnumeid välja saadad.

Samuti ei pea Sa kartma ühtegi dramaatilist muutust algorütmides ega turunduskuludes. Ühtlasi ei saa keegi “peita” Sinu kirju ega postitusi, nagu seda tehakse sotsiaalmeedias või otsingumootorites.

Emaili turundus annab Sulle otsetee olla oma klientidega 24/7 ühenduses ja kusjuures veel tasuta, seega kui Sina soovid ilutegija või salongi omanikuna endale lisasissetulekuallika luua, on emaili turundus see peidetud aare, mida oled otsinud.

II OSA

"KUIDAS?"

4

KUIDAS AITAB SALONLIFE EMAILI TURUNDUST TEHA?

Kui raamatu esimeses osas rääkisime sellest, miks on emaili turundus üks parimaid viise oma salongi kasvatamiseks, siis nüüd jõuame järjekorras selleni, kuidas SalonLife aitab Sul emaili turundusega kerge vaevaga alustada.

Enne kui vaatame lähemalt, miks SalonLife on emaili turunduse jaoks parim salongi tarkvara, on tähtis üle käia mõned emaili turunduse põhitõed.

JÄRJEPIDEVUS VIIB SIHILE

Üks peamisi põhjuseid, miks emaili turundus nii hästi töötab, peitub selles, et see aitab Sul luua tugeva sideme nii oma praeguste kui ka potentsiaalsete klientidega.

Kuigi maailmas leidub palju häid taktikaid ja nippe, mis aitavad emaili turundusega edu saavutada, on siiski üks soovitus, millest ei saa ei üle ega ümber:

Ole oma kirjadega järjepidev.

See ei tähenda, et Sa peaksid saatma oma kliendibaasile 3 kirja päevas, aga kokkuvõttes saadab Sind edu vaid juhul, kui oled emaili turundusega järjepidev.

Seth Godin, üks maailma tunnustatumaid turundus-eksperte, on öelnud tabavalt: “Turundus on võistlus inimeste tähelepanu võitmiseks”. Kui Sa püüad järje-kestvate kirjadega oma klientide tähelepanu, saadab Sind tunduvalt suurem edu kui neid, kes kord kvartalis ühe keskpärase uudiskirja kliendi postkasti “tilgutavad”.

Klientidega konstantselt ühenduses olemine kindlustab selle, et Sa püsid neil meeles ja nad eelistavad alati just Sind teistele ilutegijatele. Nii nagu ka muudes elu-aspektides, viib ka emaili turunduses just järjepidevus sihile.

5

MILLISEID TÖÖRIISTU EMAILI TURUNDUSEKS KASUTADA?

Kui soovid samuti emaili turundusega saavutada ligi 3800% suuruse tootlikkuse, millest raamatu alguses juttu oli, on tähtis tekitada endale kindel ja toimiv süsteem. Ükshaaval klientidele kirjade saatmine võtab meeletult aega ja segadus on kiire tulema.

See on koht, kus on oluline võtta kasutusse emaili teenusepakkuja (ETP). Emaili teenusepakkuja on tarkvara, mis lihtsustab meililistide loomist ja haldamist, suudab välja saata suures koguses emaile, luua automatiseeritud kampaaniaid ning muuhulgas ka tulemustel silma peal hoida.

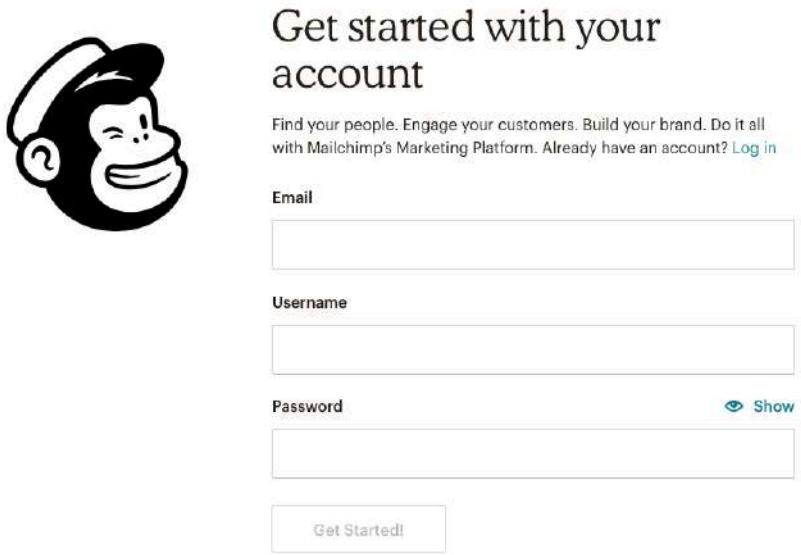
Üks parimaid ETP'sid, millega alustada, on Mailchimp. Tegu on väga intuitiivse ja mugava platvormiga, mille kasutamine on esialgu ka täiesti tasuta (kuni 2 000 inimesega meililisti täitumiseni).

SALONLIFE'I & MAILCHIMPI MUGAV ÜHILDUVUS

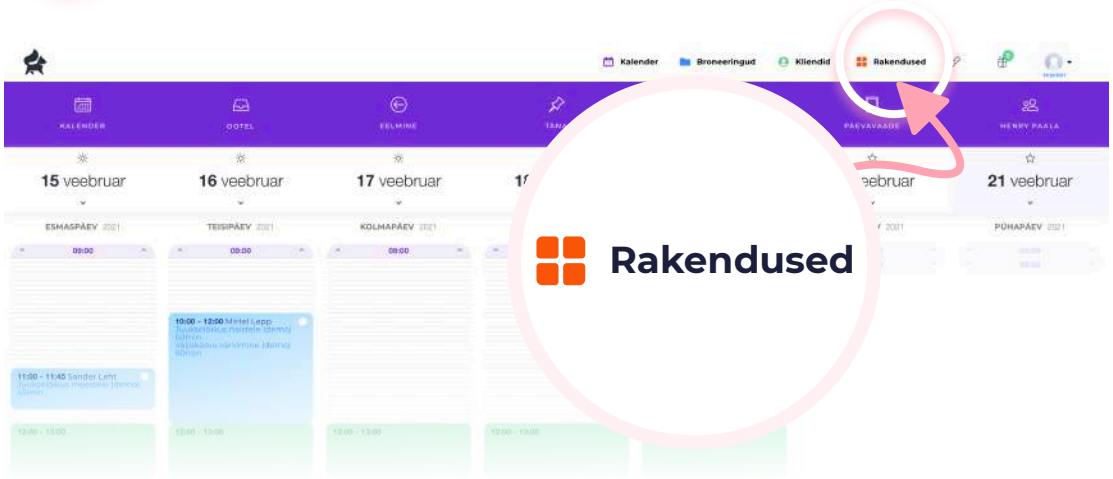
Kuid heast emaili teenusepakkujast pole kasu, kui Sul muud vajalikud tarkvarad ja info puuduvad või need omavahel ei ühildu. Seda enam on hea meel tõdeda, et SalonLife'l on vajalik integratsioon Mailchimpiga olemas, mis teeb emaili turundusega alustamise ülimalt lihtsaks!

SalonLife'i ja Mailchimpi ühendamine on kiire ja mugav ning võtab vähem kui 10 minutit:

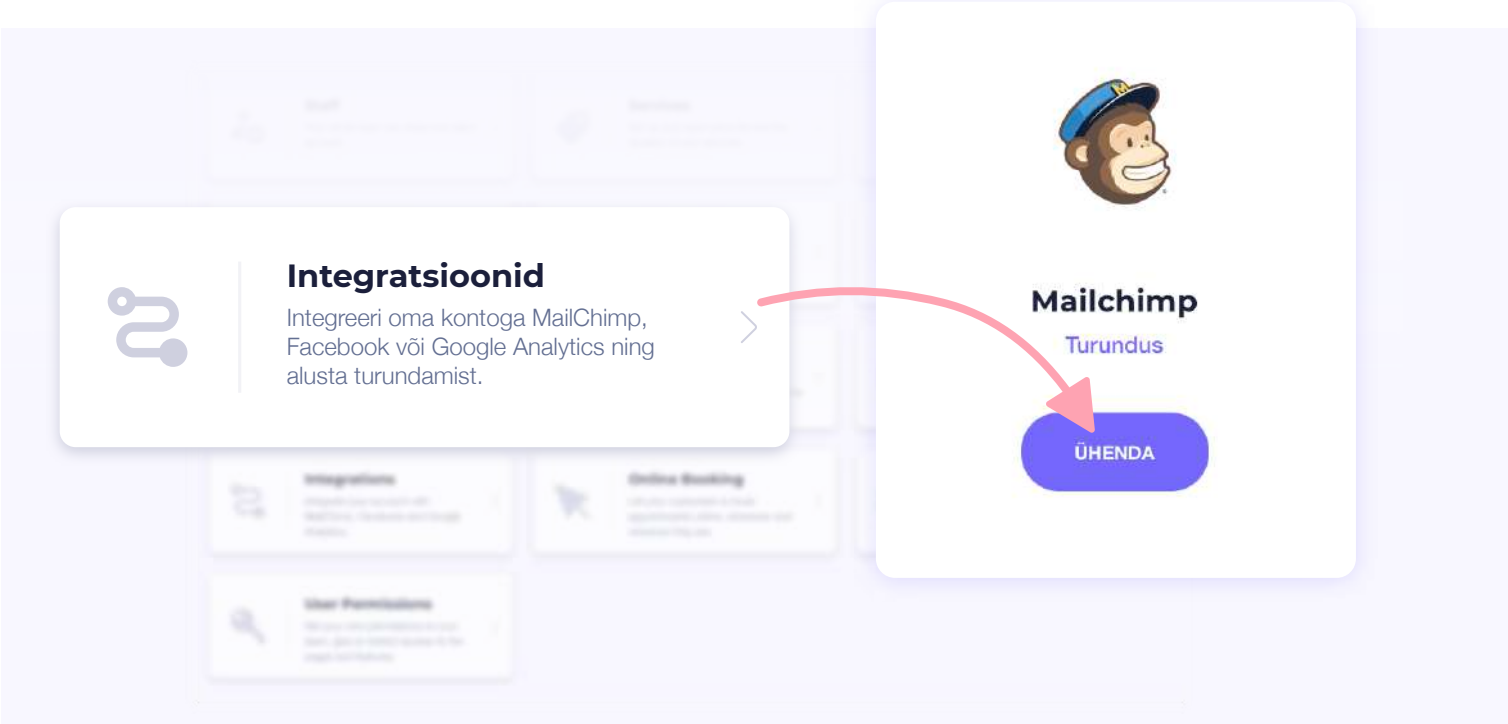
1. Loo endale Mailchimpi konto. Mine lehele 👉 https://login.mailchimp.com/signup/



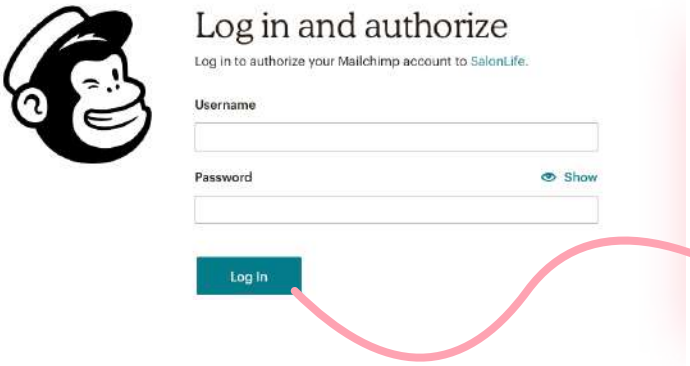
2 Loo uus konto või logi sisse oma SalonLife'i kontosse. Mine lehele 👉 https://salon.life/

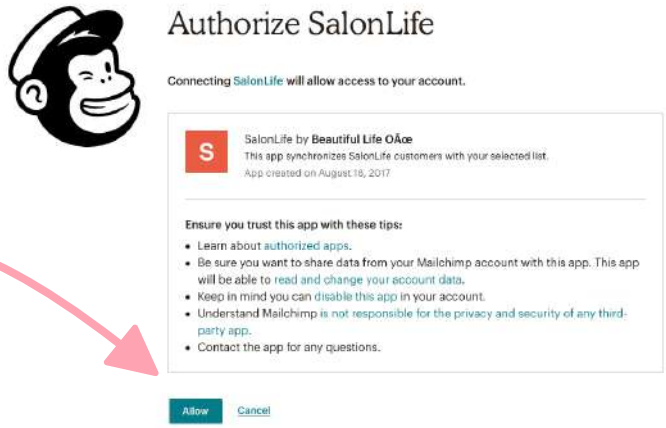


3 SalonLife's liigu lehele ***Rakendused*** -> ***Integratsioonid*** ja vali "Mailchimp"



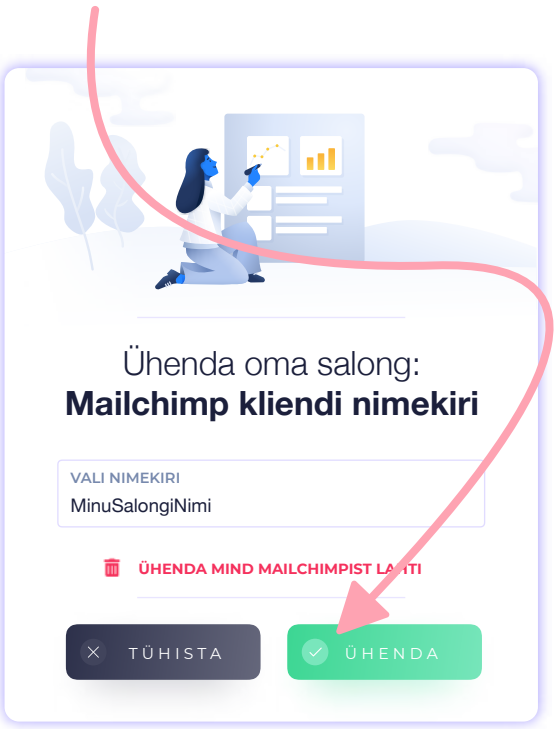
4 Ilmub Mailchimpi sisselogimise leht. Logi sisse ja anna luba SalonLife'l ühendada Sinu kliendibaas Mailchimpi kontoga.





5 Vaikimisi oleme Sulle loonud Mailchimpi meili-listi kogu kliendibaasiga. Meililisti nimeks on salongi nimi. Vali see list ja kliki "Ühenda".

6 **Tehtud!** Kõik Sinu **praegused** kui ka **uued** kliendid on automaatselt ühendatud ka Mailchimpiga – seda ikka selleks, et saaksid mugavalt ja kiiresti klientidele emaile välja saata! 🎉



Nagu näha, on SalonLife'i ja Mailchimpi ühendamine kiire ja lihtne ning kogu vajalik informatsioon selleks, et saaksid õigele sihtrühmale õige sisuga kirju saata, on alati SalonLife's ja tänu sellele ka Mailchimpis olemas.

Kogu järgnev kliendi informatsioon on SalonLife'i ja Mailchimpi vahel sünkroonis:

1. Eesnimi
2. Perekonnanimi
3. Email
4. Aadress
5. Telefoninumber
6. Sünnipäev
7. Broneeringute koguarv
8. Broneeritud teenused, eraldatud semikooloniga
9. Viimase broneeringu toimumisaeg
10. Töötaja nimi, kes antud klienti viimati teenindas

Seega nagu öeldud, on kogu see info olemas nii SalonLife's kui ka Mailchimpis, mis teeb persona-liseeritud ja relevantsete emailide saatmise äärmiselt lihtsaks ja efektiivseks.

6

KLIENTUURI SEGMENTIMINE

Kogu selle info põhjal, mis Sa oma SalonLife'i kontost Mailchimpiga jagad, saab vaid mõne klõpsuga klientuuri segmentida. Kui kirjade saatmiseni jõuad, juhendab Mailchimp Sind samm-sammu haaval, kuidas segmentimine täpsemalt käib.

Igaks juhuks tuletan veelkord meelde emaili turunduse suurimat võlu – **Sa saad ise kontrollida**, millise sisuga kirjad kellele lähevad ning saad seeläbi jagada igaühele infot just selle põhjal, mis neid enim kõnetab.

Segmentimine on tõepoolest oluline, sest päris kindlasti ei soovi kogu klientuur koguaeg saada infot näiteks küünte koduse hooldamise kohta. Mõned soovivad näpunäiteid ehk kuulda vaid juuksehoolduse kohta. Või täiesti verivärskeid kliente kõnetaks esialgu hoopis seeria n-ö tervituskirjadest, et nad saaksid Sinu brändiga rohkem tuttavaks. Küllap nüüdseks hakkab Sul juba parem pilt kujunema, kuidas võiksid ka Sina oma klientuuri paremini jaotada.

Järgnevalt leiad 5 näidissegmenti, mida võid ka oma klientuuri puhul kaaluda:

1. **Uued** kliendid (Broneeringute koguarv = 1)

2. Uued **püsikliendid** (Broneeringute koguarv = suurem kui 5 **&** Viimase broneeringu toimumisaeg = vähem kui 2 kuud tagasi)

3. Kliendid, kes **polnud** salongikülastusega rahul (Broneeringute koguarv = 1 **&** Viimase broneeringu toimumisaeg = rohkem kui 3 kuud tagasi)

4. Kliendid, kes on broneerinud **kindlat teenust** (Broneeritud teenused = sisaldab "hooldus")

5. Kliendid, keda on teenindanud **kindel töötaja** (Töötaja nimi, kes teda viimati teenindas = sisaldab "Kati Karu")

Põhinedes infol, mis SalonLife klientide kohta Sinu Mailchimpi kontosse saadab, saab luua väga konkreetseid sihtrühmi, kellele ühte, teist või kolmandat toodet, teenust, uudist või näpunäiteid emaili turunduse teel jagada.

7

EMAILIDE AUTOMATISEERIMINE

Eduka emaili turunduse üheks saladuseks on ka selle automatiseerimine. Kuigi ükshaaval turunduskirjade välja saatmine on juba hea algus, saad oma efektiivsust kordades tõsta, kui klientidega suhtluse automatiseerid.

SalonLife's on selle jaoks lausa **6 erinevat automaatset emaili**, mis aitavad Sul õigel hetkel ja õiges kohas klientidega ühenduses olla. Taolised automaatsed emailid saadetakse klientidele siis, kui toimub mõni kindel tegevus.

Näiteks: sel hetkel, kui klient endale Sinu juurde online broneerimise kaudu aja broneerib (või lisab mõni salongi töötajatest ise broneeringu kalendrisse), saadab SalonLife automaatselt kliendile **broneeringu kinnituskirja**. See kiri sisaldab nii broneeringu infot kui ka muid vajalikke detaile seoses tulevase broneeringuga.

Lisaks kinnituskirjale saab SalonLife'st saata veel järgnevaid automaatseid kirju:

- **Meeldetuletuskiri** – saad ise otsustada, kas ja millal broneeringu meeldetuletus kliendile teele võiks minna, et tal oleks kindlasti meeles õigel ajal Sinu salongi tulla.

- **Aitäh-kiri** – täna oma kliente personaalselt pärast broneeringuid. Taas saad ise valida, mitu tundi või päeva peale broneeringut kiri kliendile teele võiks minna. Kusjuures – aitäh-kiri on ideaalne võimalus ärgitada klienti uut broneeringut looma või näiteks Facebooki lehele tagasisidet jätma.

- **Tagasikutse kiri** – kui mõnel kliendil on viimasest broneeringust juba tükk aega möödas, saadab SalonLife talle automaatselt tagasikutse kirja. See on ideaalne võimalus meelitada juba "käest libisenud" klient mõne hea sooduspakkumise või kampaaniaga oma salongi tagasi.

- **Enne sünnipäeva kiri** – andes kliendile enne tema sünnipäeva teada mõnest vahvast sünnipäevanädala superpakkumisest, võid kindel olla, et ta tuleb just Sinu salongi end tähtsa päeva puhul "üles lööma".

- **Sünnipäevakiri** – õigel päeval kliendile saadetavad soojad sünnipäevasoovid.

Salanipp: Täpselt samu kirju saad klientidele saata ka SMSina. Seega kui soovid kindlustada, et klient 100% broneeringule kohale tuleb, võid saata meeldetuletus emaili talle 1 päev enne broneeringut ja SMS meeldetuletuse paar tundi enne broneeringu algust!

Rääkides hetkeks aga kirjadest, mida võiksid Mailchimpi kaudu korraga **kogu kliendibaasile** saata, siis siit leiad mõned head emaili turunduse teemad:

- Uus hinnakiri
- Uus kampaania/sooduspakkumine
- Alustad uue teenuse pakkumist
- Uus ilutegija liitus teie salongi tiimiga
- Hariva sisuga emailid
- Tähtpäevadega seotud emailid (aastavahetus, sõbrapäev, naistepäev, jõulud jne)

8

AUTOMAATNE MÜÜGIMASIN

Kas ei oleks mitte vinge, kui saaksid osta endale rahamasina, mis lihtsalt Sulle raha kätte pumpaks? Tegelikult on see võimalik... Konks peitub aga selles, et Sa ei pea seda rahamasinat ostma...

See on tasuta. Ja selleks rahamasinaks on emaili turundus.

Üks automatiseeritud emaili turunduse suurimaid võlusid on fakt, et saad oma klientidega 24/7 ühenduses olla. Sul on tarvis lihtsalt üks kord töö ette ära teha ja seejärel saad juba "jalad seinale visata".

Ja see ei tähenda pelgalt ühe emaili koostamist ja siis selle n-ö automaatseks seadistamist, vaid Sul on reaalne võimalus kirjutada pikki emailide seeriaid, mida haka-takse klientidele automaatselt, Sinu poolt seadistatud reeglite põhjal, välja saatma.

Näiteks võid Sa saata "tervituskirjade" seeria klientidele, kes Sinu salongi esmakordselt tulevad ja kelle SalonLife'i kliendibaasi lisad. Seerias võib ühtekokku olla näiteks:

- 3-5 kirja, milles jagad kliendile täpsemat infot endast ja räägid n-ö oma loo;
- seeria vältel võid uue kliendiga jagada ka püsiklientide tagasisidesid ja parimaid hinnanguid;
- kirjade seeria lõppu võid lisada mõne atraktiivse sooduspakkumise, mis teda veelkord Sinu salongi meelitaks.

Kirjade ajastamine on lihtne – kirjade saatmise vaheks võid märkida nii mõne tunni kuni mõne päeva (sõltuvalt kirja sisust ja eesmärgist).

Pea meeles – **teenindaja ja kliendi vaheline suhtlus ei alga ega lõppe salongi ukse peal.** See jätkub ka väljaspool salongi.

Üks emaili turunduse suurimaid võlusid peitub selles, et see nõuab Sinult vaid ühekordset tööd. Pead lihtsalt korra automaatsed kirjad valmis kirjutama, üles seadma ja edasine töö on juba nende teha. Antud "tervitus-kirjade" seeria on vaid üks näide, mida kasutada. Tegelikkuses võib Sul samaaegselt mitme seeria jagu kirju erinevatele kliendigruppidele teele minna.

Nii võtadki oma ajast ja emaili turunduse potentsiaalist maksimumi.

BONUS

9

50 PARIMAT NIPPI & LEVINUMAT VIGA EMAILI TURUNDUSES

Tehes emaili turunduses esimesi samme, on loomulik tunda ja kogeda mõnetist hirmu. Mis saab siis, kui mõni kirjaviga lipsab sisse? Mis saab siis, kui kogemata saadad kliendile vale nimega kirja? Mis siis, kui vajutad kogemata "Saada" nuppu, aga kiri on alles poolik? Ära muretse – ma olen kõiki neid näpukaid ka ise (ja kusjuures korduvalt!) teinud.

Aga tead mis?

Need ei mõjutanud kuidagi negatiivselt emailide tulemuslikkust. Inimesed ei saanud minu peale pahaseks. Kusjuures, need eksimused hoopiski kasvatasid mu käivet. Mu ettevõtte suhe klientidega läks tegelikult hoopis paremaks.

Miks?

Sest eksimused näitavad, et Sa oled inimene. Ja veelgi tähtsam on mõista, et eksimusi juhtub igaühel, isegi kui saata vaid mõni üksik email mõnele üksikule inimesele. See-eest suurim viga, mida teha saad, on mitte üldse turunduskirju klientidele saata.

PARIMAD NIPID

- **Emaili pealkiri peab olema atraktiivne.**
- **Kirjuta ühele inimesele.**
  ("Hei, Nimi!" vs. "Hei, armas klient/Tere kõigile")
- **Küsi kliendilt küsimusi.** Kirjadesse mõne küsimuse lisamine hoiab lugeja mõtetega kaasas.
- **Proovi erinevaid CTA'sid** (Call-To-Action ehk üleskutseid) kirja lõpus. Nt "Broneeri aeg siit", "Kasuta sooduskoodi ABC" või "Telli toode siit".
- **Kontrolli oma õigekirja.** Lase kasvõi mõnel sõbral või pereliikmel kiri läbi lugeda – ehk leiavad nad mõne kirja- või loogikavea, mida parandada.
- **Iga kirja lõppu jäta võimalus nn "Unsubscribe'da".** Mailchimpil on see võimalus ja funktsioon kenasti olemas.

- **Saada kirjad enda nime, mitte salongi nime alt.** (nt “Hei, Maria siin...”, “Näeme peagi! Maria”)
- **Testi erinevaid kirju ja lähenemisi**, et selgitada välja, mis töötab Sinu klientide puhul ja mis mitte.
- **Segmendi oma klientuuri ja meililisti.** Loo mitu listi erinevatel aspektidel põhinedes.
- **Jälgi emailide statistikat.** Palju on emaile avatud, palju emailides olevatele linkidele klikitakse jne.
- **Järjepidevalt hari end emaili turunduse alal** ja proovi saada üha paremaks.
- **Emailid peaksid olema selge ja ühese mõtte/ teemaga** ehk väldi 100 asja korraga rääkimist.
- **Kui vähegi võimalik, jutusta kaasahaaravalt mõni lugu.** Nn *storytelling* on üks parimaid viise kliendi tähelepanu saamiseks ja müügi tegemiseks.
- **Tekita kirja alguses lugejas huvi** ehk anna lugejale põhjus, miks ta peaks kirja lõpuni lugema.
- **Ole lõbus!** Keegi ei viitsi igavat emaili lugeda.

- **Kasuta kliendi nime oma emailis.** (nt “Hei, Laura!”)
- **Jaga iga kirjaga väärtust.** Tasuta nõuanded, meelelahutus, sooduspakkumised vms.
- **Testi erinevaid kirjade pikkusi.**
- **Testi erinevaid kirjastiile.** Internetist leiad mitmesuguseid kirjamalle ja näidiseid, mida ise katsetada.
- **Kasuta klientide tagasisidesid ja lugusid oma kirjades.** Nn *social proof* müüb kõige paremini!
- **Kasuta pilkupüüdvaid sõnu.** Sõnu, mis n-ö äratavad kliendi üles. Näiteks “Wow”, “Tasuta”, “Kiire”, “Uskumatu”, “Piiratud koguses”, “Ülitähtis” jne.
- **Kasuta huumorit.** Hea huumor sulatab ka kõige “külmema” südame.
- **Jäta põnevus õhku.** Tekita klientides elevust ja ootusärevust järgmise kirja suhtes, jättes viimasesse kirja mõne küsimuse/püändi õhku rippuma.
- **Üllata oma lugejat.** Vahel täiesti uue kirjastiili katsetamine heas mõttes “raputab” klienti ja äratab

tähelepanu (proovi ebatraditsioonilist kirja pikkust, formaati, stiili, teemat vms).

- **Kirjuta nii, nagu räägid.** Soovitus: alati loe oma kirjad enne saatmist kõva häälega läbi. Kui mõni sõna või lause kõlab Sulle veidrana, siis kõlab see veidrana ka lugejale, kui ta vaikselt oma mõtetes Su kirja loeb.

Boonusnipp (sest see on ülitähtis):

- **Alati lisa kirja lõppu CTA** (Call-To-Action ehk üleskutse). Näiteks "Broneeri aeg juba täna", "Vajuta "Reply" ja vasta mulle...", "Jälgi meid ka Instagramis", "Helista meile kohe, et kindlustada endale koht..." jne.

LEVINUIMAD VEAD

- **Unustatakse CTA kirja lõppu lisada.**
- **Saadetakse liiga palju sooduspakkumistega kirju.**
- **Kiri on igav.** Mõtle – kui Sina kliendina sellise kirja saaksid, kas see paneks Sul silma särama?

- **Kasutatakse salongi üldmeili.** Näiteks info@sinusalong.com. Kasuta oma nimega meiliaadressi – a la mari@sinusalong.com.

- **Unustatakse telefonivaade.** Enamus inimesi loevad emaile oma telefonist. Testi enne kirja välja saatmist, kas seda kirja on mugav ka telefonist lugeda või mitte.

- **Eiratakse nn spämmi reegleid.** Selleks, et vähendada võimalust, et Sinu kirjad saavad ***SPAM*** tähise, vii end kurssi nende reeglitega, nagu näiteks lisa “Unsubscribe” nupp kirja lõppu jms.

- **Ostetakse meililist.** Ära osta suvalist kliendibaasi. Kasvata ise oma kliendibaasi ja seeläbi ka meililisti.

- **Kiri ajab kliendi segadusse.** Kui Sinu kiri on hoomamatu ja segadusttekitav, kaotad nii usalduse kui ka kliendi.

- **Unustatakse endale enne test-kiri saata**, kui klientidele kiri välja läheb.

- **Ei korrastata oma meililisti.** Näiteks võiksid kord kvartalis eemaldada kirja saajate hulgast kõik need, kes Sinu kirju ei ava ega loe.

- **Saadetakse ühe ja sama sisuga kirja** üha uuesti ja uuesti.

- **Kirja lisatakse Flashi, Javascripti vms üleslaetud video.** Suure tõenäosusega ei lae see video suurel hulgal klientidest ära ja see tekitab pahameelt. Lisa kirja pigem videoni suunav link.

- **Kasutatakse üleliigseid sõnu.** Pigem väldi üleliigsete sõnade kasutamist või sama mõtte ühe ja teise nurga alt korduvalt sõnastamist.

- **Kasutatakse sõnavara, mis on kliendile tundmatu.**

- **Saadetakse vaid ühes stiilis kirju.** Too vaheldust: hariva sisuga nipid-trikid, klientide tagasiside, kampaaniapakkumised, võistlused, uudised jms.

- **Kirjutatakse liiga pikki kirju.** Tegelikult on iga kirja pikkusele oma õige aeg ja koht, kuid siiski liiga pikad kirjad võivad jääda nõrgaks.

- **Kirjastiil on robotlik või liiga ametlik.** Kirjuta endale loomuomaselt ja kasuta julgelt ka n-ö ülemineku sõnu või fraase, mida Sa ka päriselt inimestega näost näkku suhtlusel kasutad. Emaili turunduses võid kooli lõpukirjandi stiilireeglite osas ühe silma kinni pigistada.

- **Kardetakse eksida.** Vahel juhtub ka parimatel, et teksti lipsab mõni kirjaviga sisse või unustatakse mingi tähtis asi kirja lisada. Pole hullu. Ära mõtle üle ja jätka enesekindlalt kirjade saatmist.

- **Uued kliendid jäävad unarusse ja ei saa ühtegi kirja.** Automatiseeri esimene tervituskiri selliselt, et see saadetakse uuele tulijale 15 minuti jooksul välja.

- **Pealkirjaks pannakse "Uudiskiri"**. Kui õhinal Sina tavaliselt antud pealkirjaga kirju avad? Pigem need jäävadki avamata.

- **Ei kasutata emotikone.** Emotikonid töötavad tähelepanu püüdmiseks eriti hästi just emailide pealkirjades.

- **Ei kontrollita emaili lisatud linkide töökindlust.**

- **Kiri koosneb liiga pikkadest lausetest.** Jäta laused lühikeseks. Nagu näiteks see siin. See teeb lugemise lihtsamaks.

- **Ei saadeta vähemalt 1 kirja nädalas.** Nagu varem ütlesin – järjepidevus on emaili turunduse edu võti. Ära jäta oma kirjadele liiga pikka vahet sisse.

- **Kirjades puudub emotsioon.** Sa kirjutad ju oma klientidele. Oma klientidele! Ole tänulik selle imelise võimaluse eest neid otse kõnetada. Kui Sa ise naudid kirjade loomist ja lisad neisse emotsiooni, siis kandub see ka läbi kirja edasi lugejateni. See omakorda paneb neid rohkem CTA'dele ehk üleskutsedele reageerima ja ühtlasi ka Sinu salongi külastama!

KOKKUVÕTE

Nüüd Sa siis tead, miks on emaili turunduse tegemine tänasel päeval nii oluline oma salongi kasvatamiseks.

Sa ei saa mitte ainult rohkem kliente kui näiteks sotsiaalmeedia kaudu, vaid ka kogu lähenemine on tunduvalt personaalsem, asjakohasem ja kõik see väljendub paremates müüginumbrites.

Selleks et emaili turundusest maksimum võtta, on tähtis kasutada emaili teenusepakkujat, näiteks Mailchimpi. Ühendades SalonLife'i konto Mailchimpiga, saad kerge vaevaga olla nii oma praeguste kui ka uute klientidega 24/7 ühenduses ja kindlustada tugev kliendibaas.

Nüüd on Sul emaili turunduse põhitõed ja parimad tööriistad teada, seega...

Kas oled selleks vingeks, lausa 3800% tootlusega lisasissetulekuks valmis?

Kui jah, siis kasuta julgelt ka SalonLife'i 14-päevast tasuta prooviperioodi, et kogeda ise, kui mugavaks ja efektiivseks Sinu tööasjad muutuvad.

Salanipp: kui teed endale konto juba täna alloleva lingi kaudu, saad meiepoolse kingitusena endale lausa 25€ väärtuses SalonLife'i krediiti, millega saad SalonLife'i tasuta kasutamist nautida veelgi pikemalt!

PS! Antud 25€-ne kinkekaart on kasutamiseks saadaval vaid esimesele 50-le ilutegijale, seega tee endale konto kohe, et kingitusest mitte ilma jääda!

AVA OMA KINK

https://salon.life/gift/**EmailMarketing**

AITÄH!
Sinu SalonLife