

## Como usar o e-mail marketing para conquistar clientes.

Conquistar clientes exige o uso de ferramentas que despertem interesse, envolvam e mantenham as pessoas conectadas à marca, o que coloca o e-mail marketing na dianteira das estratégias de captação e retenção de contactos. Esse método pode ser usado por qualquer empreendedor — desde a micro empresa até as grandes instituições.

Ao contrário do que muitos podem, a princípio, pensar, começar a usar o e-mail marketing é simples e traz resultados realmente surpreendentes a curto, médio e longo prazos, bastando, para isso, ficar atento a algumas dicas.

### CONQUISTE CLIENTES ORGANICAMENTE

A venda de listas de contactos tornou-se o negócio de muitas pessoas e empresas não tão bem-intencionadas, que oferecem a falsa impressão de que ter uma base de 50 mil e-mails automaticamente dá vantagens nos negócios. Mas a verdade é que nem 1/3 dessas listas realmente resulta em futuros clientes. Assim, ganhar vantagem de uma forma orgânica definitivamente é a melhor opção. E como fazer isso?

Para tanto, crie formulários de adesão à newsletter no seu blog e site, desenvolva landing pages oferecendo materiais exclusivos em troca de alguns dados (como nome e e-mail), aproveite eventuais participações em eventos para convidar as pessoas a deixarem os seus contactos, além de oferecer o seu conteúdo para profissionais e interessados em reuniões, encontros e passeios.

### CRIE UM CRONOGRAMA DE ENVIOS

Depois de realmente começar a usar o e-mail marketing, não pode parar, tampouco aparecer o serviço por um mês e ficar dois sem conversar com o seu cliente, já que esse tipo de atitude demonstra descaso e instabilidade por parte da empresa. Sendo assim, crie um cronograma de envios, definindo uma regularidade para suas mensagens, além de pensar numa evolução lógica do conteúdo, que pode ir desde materiais do blog, passar por ofertas aliciantes e chegar a lançamentos exclusivos ou qualquer outro tipo de informação relevante.

### SELECIONE A INFORMAÇÃO CERTA

A segmentação de clientes e mensagens é fundamental para que comece a usar o e-mail marketing com eficiência. Afinal de contas, de nada adianta seu target aceder a um conteúdo no blog e você enviar informações sobre um produto, já que não era isso que ele procurava. Assim, o que deve fazer é conduzir esse target pelo funil de vendas de acordo com as interações que ele faz com a sua empresa, tornando esse relacionamento único e focado no que ele realmente precisa.

### DÊ OPÇÕES DE OPTION OUT

Assim como o cliente deve dar uma permissão expressa para receber as suas mensagens de e-mail marketing — option in —, o processo deve ser igualmente fácil no momento em que se quiser deixar de recebê-las — option out. Dessa forma, deixe visível, em



cada conteúdo enviado, a opção para que se possa escolher sair daquela base de e-mails.

Aproveite esse momento para perguntar o que o motivou a desistir, assim poderá desenvolver estratégias para recuperar esse contacto e dar continuidade a esse relacionamento.

### OFEREÇA OUTRAS FORMAS DE CONTACTO

Você enviou um e-mail marketing com uma super promoção, mas o cliente quer tirar algumas dúvidas. E agora? Se ele enviar um e-mail de volta, a fim de esperar a resposta protocolar, ambos podem perder a oportunidade de fechar um bom negócio, não concorda? Por isso, é essencial que disponibilize outras formas de contacto, para que os interessados consigam estabelecer uma conversa mais imediata. Redes sociais, chats, telefones (linhas de apoio) e até SMS são algumas das opções que pode oferecer, desde que consiga atender à procura e dar o retorno apropriado no tempo esperado.

### PROCURE SE PROFISSIONALIZAR

Para obter sucesso ao começar a usar o e-mail marketing, deve estar preparado, ou seja, ter as ferramentas adequadas, assim como os profissionais certos, para dar o tom da conversa com o seu público. Nesse sentido, não deixe de investir em sistemas de automação, que fazem o disparo de e-mails e acompanham as interações dos clientes com as suas mensagens. Disponha também a possibilidade de contar com a presença de um profissional de marketing que dê o suporte necessário à efectividade das suas campanhas.

### LEMBRE-SE DE MONITORAR

Como toda estratégia, o e-mail marketing deve trazer resultados para sua empresa, não concorda? Portanto, não deixe de monitorar a performance de cada uma de suas campanhas. Para isso, crie métricas de desempenho, aproveite os relatórios do sistema de envio de e-mail marketing para entender melhor qual é a jornada do seu cliente e como pode otimizar esse processo.