

### Email-маркетинг як інструмент цифрового брендингу

Існує величезна кількість цифрових інструментів у сфері цифрового брендингу. Одним із них є email-маркетинг (або поштовий маркетинг). Email-маркетинг представляє собою потужний канал цифрового маркетингу, що використовує електронну пошту для просування товарів або послуг бізнесу [1]. Така форма прямого автоматизованого маркетингу допомагає цільовій аудиторії дізнатися про останні товари та пропозиції підприємства.

Email-маркетинг активно залучають у сферу послуг та B2B, Saas-проекти та інтернет-магазини, банківську сферу та шоу-бізнес. Для наочності можемо відзначити, що за даними Statista за 2021 рік щодня відправляється та приймається понад 306 млрд електронних листів [4]. Звідси можна справедливо висувати, що email-маркетинг як інструмент досить ефективний у сучасному світі для розвитку цифрового брендингу як на малих, так і великих підприємствах.

Головні цілі email-маркетингу включають [3]:

1. Забезпечення впізнаваності бренда – часто, нагадування про себе та продукти призводить до того, що бренд першим спадає на думку споживачів, коли ті готові здійснити покупку. Чим частіше потенційні клієнти бачать розсилки компанії, тим вище шанс, що при пошуку товару чи послуги, вони оберуть саме її.

2. Побудову довірливих відносин з клієнтами – споживачам важливо розуміти, що саме ця компанія надасть якісні послуги або продасть хороший товар. Тому розсилка листів на електронні скриньки може сформувати у потенційних/постійних клієнтів певну лояльність до підприємства.

3. SEO-просування – створення та розповсюдження за допомогою листів цінного для споживачів контенту, що має сприяти збільшенню трафіку та отриманню зворотного зв'язку (фідбеку).

4. Автоматизацію рутинної роботи – тригерні або транзакційні листи можуть автоматично реагувати на дії підписників. Наприклад, вони можуть підтверджувати реєстрацію, інформувати про статус замовлення, нагадувати про товари у кошику, проводити навчання клієнтів щодо ефективного використання товарів тощо.

5. Допомогу у прийнятті рішень – компаніям важливо знати про готовність клієнтів купувати ті чи інші товари. Споживачі перед покупкою завжди аналізують різні чинники, що впливають на їхній вибір, тому поштовий маркетинг відповідає на досить важливе питання: «Чи готовий клієнт придбати товар саме у нас?».

Компаніям важливо для себе створити певну стратегію email-маркетингу, відповідно до якої вони будуть рухатися. Тут важливо розуміти [2]: цілі поштового маркетингу, які планується досягти; скільки коштів потрібно безпосередньо на реалізацію таких маркетингових заходів; який стан конкурентного ринку і чи доцільно в тій чи іншій сфері використовувати email-маркетинг; як зібрати контакти потенційних клієнтів; чи потребує компанія зворотних зав'язків; чи потрібно навчати клієнтів користуватися продуктами; що після опитування має бути проведено аналіз зібраних даних; план обов'язкових промо-розсилок та ін. Взнявши до уваги ці моменти, фактично можна створити досконалу стратегію поштового email-маркетингу.

Отже, впровадження email-маркетингу – це насправді важливий крок для сучасного бізнесу. Світ не стоїть на місці і тому компанії постійно мають шукати нові можливості, що принесуть користь загальній справі. Поштовий маркетинг як інструмент цифрового брендингу дуже ефективний, адже вирішує важливі питання для бізнесу щодо залучення клієнтів до обговорення якості продукції, допомагає зібрати корисну інформацію, буде довірливі відносини з клієнтами та допомагає розвинути впізнаваність бренду.

#### Список використаних джерел:

1. Що таке email-маркетинг? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://blog.admixer.academy/ua/shcho-take-email-marketynh>. – Дата звернення: 17.10.2023.
2. Email-маркетинг від А до Я: Що це таке і як провадити з розумом [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://esputnik.com/uk/blog/sho-take-email-marketing>. – Дата звернення: 17.10.2023.
3. Email-маркетинг. Що це? Цілі та елементи інструменту, особливості та переваги [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://web-promo.ua/ua/blog/email-marketing-chto-eto-celi-i-elementy-instrumenta-osobennosti-i-preimushstva>. – Дата звернення: 17.10.2023.
4. Number of sent and received e-mails per day worldwide from 2017 to 2026 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.statista.com/statistics/456500/daily-number-of-e-mails-worldwide>. – Дата звернення: 17.10.2023.