التسويق عبر البريد الإلكتروني

ضعي كل مصطلح أمام ما يناسبه:

(رسائل ترويجية / رسائل خاصة بالاعلانات / رسائل خاصة بإعادة المشاركة / الميزانية / أنواع رسائل البريد الالكتروني / التصميم /رسائل خاصة بالمعلومات)

المصطلح	التعريف
	هي الطريقة الأفضل لإبلاغ العملاء بإعلانات الشركة، وإطلاق المنتجات الجديدة، والتغييرات في الخدمة وغير ذلك، وتعتبر آمنة وفورية، وتبدو الإعلانات أكثر أهمية ورسمية من خلالها.
	إذا كنت مبتدئنا تماما في عملية التصميم، فإن محرر البريد الإلكتروني بالسحب والإفلات (Drag-and-Drop Email Editor هو الخيار الأنسب لك، وكذلك قوالب البريد الإلكتروني (Email Templates ستكون مفيدة جدا أيضا. ومن ناحية أخرى إذا كنت تفضل برمجة الرسائل من البداية، فيمكنك استخدام محرر لغة ترميز النص التشعبي (HTML
	تساعد في إعادة الاتصال بالعملاء أو المشتركين الذين لم يكونوا نشطين مؤخرًا، ويكون البريد الإلكتروني للتذكير، ويطلب من العميل اتخاذ إجراء يتعلق بالمنتج أو الخدمة المعينة.
	تمنح أنواع رسائل البريد الإلكتروني التي تخطط لإرسالها وتكرارها فكرة عن حجم البريد الإلكتروني المطلوب (مثل: عدد الرسائل التي يتم إرسالها).
	إذا كانت محدودة للغاية، فعليك استخدام منصات تقدم أسعار رخيصة مثل: منصتي ميل تشيمب (Mailchimp) و كونستانت كونتاكت (Constant Contact) لتكون نقطة البداية.
	تستخدم للترويج لعروض خاصة وإصدارات المنتجات الجديدة وما إلى ذلك. ويمكن أن تتكون من 3 رسائل وتصل إلى 10 وتُرسل على مدار عدة أيام أو أسابيع.
	تعرف أيضا بالوسائل الإخبارية وتشارك الاخبار المتعلقة الاعمال،وترسل على فترات منتظمة كل أسبوع أو كل أسبوعين أو كل شهر)، وتساعد في الحفاظ على التواصل مع المشتركين في البريد الإلكتروني (Email Subscribers).

LIVEWORKSHEETS