



TOLNA VÁRMEGYEI
KERESKEDELMI ÉS
IPARKAMARA

EMAIL MARKETING VÁLLALKOZÓKNAK

AZ ELSŐ KAMPÁNY TERVEZÉSE

ONLINE MARKETING KISOKOS
INFORMÁCIÓS FÜZET SZOROZAT

TARTALOM

1. Bevezetés	04
1.1 Miért elengedhetetlen az email marketing a vállalkozások számára?	
1.2 Az email marketing előnyei vállalkozások számára	
1.3 Miért érdemes belevágni?	
2. Hogyan kezdje el?	06
2.1 Az email marketing fogalma és jelentősége	
2.2 Az email lista építés alapjai, kezelése és az adatvédelem	
2.3 Az email marketing alapszabályai	
3. Milyen eszközöket használjon?	09
3.1 MailerLite – Egyszerű de hatékony hírlevélküldő	
3.2 Salesautopilot – Komplex megoldás automatizációkra	
3.3 Melyiket válassza?	
4. Hogyan tervezze meg az első email kampányát?	13
4.1 A kampány céljának meghatározása	
4.2 A kampány célcsoportjának meghatározása	
4.3 Az emailek tartalmának tervezése	
4.4 Kampány ütemezése és küldése	
4.5 A kampány eredményeinek mérése	
5. Összefoglalás	19
5.1 A tervezés lépései	
5.2 Hogyan építse tovább az email marketing stratégiáját?	
Következő lépések	20

Ez az információs füzet azoknak a vállalkozóknak készült, akik most ismerkednek az email marketing világával, és lépésről lépésre szeretnék megtanulni, hogyan építhetnek hatékony email kampányokat.

A füzetben nemcsak elméleti alapokat talál, hanem olyan gyakorlati tanácsokat és eszközbemutatókat is, amelyekkel azonnal elkezdheti kampánya tervezését és megvalósítását.

Legyen szó hírlevél küldésről, promóciókról vagy ügyfélkapcsolatok ápolásáról, ez az információs füzet segíti abban, hogy magabiztosan vágjon bele, és gyorsan megtapasztalja az email marketing előnyeit.

Induljunk el együtt ezen az izgalmas úton, amelyen ügyfeleit közelebb hozza vállalkozásához, miközben növeli annak eredményességét!

Az információs füzetet összeállította:

Válóczy Károly
marketing és üzleti tervező
sikerosveny.hu | +36 30 377 1938



1. BEVEZETÉS

Az email marketing az egyik leghatékonyabb online marketingeszköz, amely lehetőséget nyújt a vállalkozások számára, hogy közvetlen kapcsolatot építsenek ki az ügyfeleikkel. A megfelelően felépített email kampányok segíthetnek növelni az értékesítést, erősíteni az ügyfélhűséget.

1.1 Miért elengedhetetlen az email marketing a vállalkozások számára?

➔ **Költséghatékony**

Más marketingeszközökhöz képest alacsony költségekkel működtethető. Egy email kampány létrehozása és küldése lényegesen olcsóbb lehet, mint például a fizetett hirdetések.

➔ **Közvetlen kapcsolat alakítható ki**

Az email lehetőséget ad arra, hogy közvetlenül érje el azokat, akik érdeklődnek a vállalkozása iránt. Az email egy személyesebb eszköz, amelyet közvetlenül az ügyfelek postafiókjába juttathat el.

➔ **Mérhető**

Az email marketing eredményei könnyen mérhetők. Méréssel például megtudhatja, hányan nyitották meg az adott emailt, kattintottak a linkekre, vagy éppen iratkoztak le. Ez mind segít finomhangolni a jövőbeni kampányait.



1.2 Az email marketing előnyei vállalkozások számára

➔ **Kapcsolatépítés és ügyfélmegtartás**

Lehetővé teszi, hogy rendszeresen tartsa a kapcsolatot az ügyfelekkel, és értéket adjon nekik hasznos információk, ajánlatok, vagy értesítések formájában.

➔ **Rugalmasság és kreativitás**

Könnyen testreszabható üzeneteket küldhet levélben, amelyek illeszkednek az ügyfelek preferenciáihoz, érdeklődési köreihez.

➔ **Gyors eredmények**

Egy jól megtervezett és kivitelezett email kampány akár azonnal eredményeket hozhat, például megrendelések vagy visszajelzések formájában.

➔ **Automatizálás lehetősége**

Az automatizált emailek segítségével időt spórolhat, miközben folyamatos jelenlétet biztosít.

1.3 Miért érdemes belevágni?

Az email marketing megvalósítása ma már nem bonyolult vagy időigényes feladat. A megfelelő eszközök segítségével rövid idő alatt elkészíthető az első levélsorozat kampány.

A továbbiakban lépésről lépésre végigvezetjük azon, hogyan induljon el ezen az úton, és hogyan hozza létre az első sikeres email kampányát.

2. HOGYAN KEZDJE EL?

Ebben a fejezetben bemutatjuk, hogyan tervezhet és építhet fel egy email marketing stratégiát, és miként biztosíthatja, hogy az leveleinek kommunikációja a lehető legtöbbet hozza ki ügyfélkapcsolataiból.

2.1 Az email marketing fogalma és jelentősége

Az email marketing nem más, mint az ügyfelekkel történő rendszeres, célzott kommunikáció email levelek segítségével. Ez lehet hírlevél, promóciós ajánlat, vagy akár eseménymeghívó is, amelynek célja az ügyfelek figyelmének felkeltése, kapcsolatok ápolása és a vásárlásra ösztönzés.

Mindezt egyszerűen és költséghatékonyan valósíthatja meg, ráadásul az email marketing egyike azon kevés online eszközöknek, amelyek közvetlen kapcsolatot biztosítanak a célközönséggel. A személyre szabott üzenetek és automatizált folyamatok pedig lehetővé teszik, hogy az ügyfelei azt érezzék, valóban odafigyel rájuk.

2.2 Az email lista építés alapjai, kezelése és adatvédelem

Az email marketing sikerének kulcsa a hírlevél lista, amely az érdeklődők, vásárlók elérhetőségeit tartalmazza. Egy jól összeállított email lista lehetővé teszi, hogy pontosan azokhoz szóljon, akik valóban érdeklődnek a vállalkozása termékei vagy szolgáltatásai iránt.

Lista építés feliratkozási lehetőségek biztosításával

- ➡ Helyezzen el feliratkozási űrlapot a weboldalán, blogján vagy webshopjában.
- ➡ Kínáljon olyan csali-terméket (lead magnet-et), amelyért cserébe szívesen adják meg az email címüket. Ez lehet például egy ingyenes tanulmány, letölthető sablon vagy exkluzív ajánlat.

GDPR megfelelés

Ne feledje az adatvédelem kiemelten fontos! Győződjön meg arról, hogy a feliratkozók tisztában vannak azzal, hogyan használja fel az adataikat, és biztosítsa számukra a leiratkozás lehetőségét is. Az átláthatóság nemcsak jogi követelmény, hanem a bizalomépítés alapja is.

Hogyan kezelje az email listáját?

- ➡ Rendszeresen ellenőrizze és frissítse a listát. Például úgy, hogy eltávolítja az inaktív címeket, hogy fenntartsa a levélküldés hatékonyságát.

- ➔ Csoportosítsa a feliratkozókat érdeklődési körük vagy vásárlási szokásaik alapján, hogy személyre szabott leveleket küldhessen nekik.

2.3 Az email marketing alapszabályai

➔ Engedélykérés

Soha ne küldjön kéretlen emaileket! Az ügyfelek bizalmát csak úgy őrizheti meg, ha kizárólag azoknak ír, akik hozzájárultak a kapcsolattartáshoz.

➔ Értékadás az ügyfelei számára

Az email tartalmának mindig az ügyfél érdekeit kell szolgálnia. Adjon hasznos információkat, tippet vagy ajánlatokat, amelyek valódi értéket képviselnek számukra.

➔ Rendszeresség

Állítson össze egy ütemtervet az emailek küldésére, és tartsa is magát hozzá. Az ügyfelek szívesen olvassák azokat a hírleveleket, amelyek kiszámíthatóak, rendszeresek.

A következő fejezetben megismerheti azokat az eszközöket, amelyekkel egyszerűsítheti és hatékonyabbá teheti email marketingjének megvalósítását.



3. MILYEN ESZKÖZÖKET HASZNÁLJON?

Az email marketing hatékony működéséhez megfelelő eszközökre van szükség, amelyek segítenek a levelek létrehozásában, küldésében és az eredmények mérésében.

Ebben a fejezetben két népszerű email marketing szoftvert mutatunk be: a MailerLite és a SalesAutopilot rendszereket. Mindkettő kiváló választás lehet vállalkozók számára, attól függően, hogy milyen funkciókra van szükségük.

3.1 MailerLite - Egyszerű de hatékony hírlevélküldő

A MailerLite egy könnyen használható, modern email marketing platform, amely különösen azoknak a vállalkozóknak ajánlott, akik most kezdik az email marketinget, vagy egyszerűen kezelhető, mégis hatékony megoldást keresnek.

Főbb funkciók:

- ➔ **Drag & drop email szerkesztő.** Kódolás nélkül készíthet szép, profi kinézetű emaileket.
- ➔ **Automatizációs lehetőségek.** Beállíthatja, hogy az emailek automatikusan kiküldésre kerüljenek, például egy feliratkozás után.

- ➡ **Feliratkozó lista kezelése.** Csoportosíthatja például a feliratkozókat érdeklődés vagy vásárlási szokás szerint.
- ➡ **Hírlevél és kampánytervezés.** Egyszerűen ütemezheti és küldheti ki kampányait.
- ➡ **Analitika és riportok.** Például nyomon követheti az emailjei megnyitási arányát, átkattintásokat és leiratkozásokat.

Előnyök:

- ✓ **Egyszerű kezelőfelület,** kezdők számára is átlátható.
- ✓ **Ingyenes csomag** 1 000 feliratkozóig és havi 12 000 email küldésig.
- ✓ **Beépített landing page készítő.** Nem csak emaileket, hanem feliratkozó oldalakat is készíthet.

Hátrányok

- ✗ **Kevesebb haladó funkció.** Komplex CRM és értékesítési automatizációra kevésbé alkalmas.
- ✗ **Magyar nyelv hiánya.** Az egész rendszer angol nyelven érhető el.

➡ Kinek ajánlott?

Ha most kezdi az email marketinget, vagy egy egyszerű, könnyen kezelhető eszközt keres, a MailerLite remek választás lehet.



3.2 Salesautopilot - Komplex megoldás automatizációkra

A SalesAutopilot egy magyar fejlesztésű email marketing és ügyfélkapcsolat kezelő (CRM) rendszer, amely nemcsak hírlevelek küldésére, hanem értékesítési folyamatok automatizálására is alkalmas.

Főbb funkciók:

- ➔ **Professzionális email küldés.** Hírlevelek, kampányok és automatizált emailek kezelése.
- ➔ **Ügyfélkapcsolat kezelés (CRM).** Nyilvántarthatja az ügyfelei adatait és interakcióit.
- ➔ **Összekapcsolás webáruházakkal és fizetési rendszerekkel.** Automatizálhatja a rendelési folyamatokat.
- ➔ **Haladó automatizációk.** Feltételek alapján beállított email folyamatok, például elhagyott kosár értesítések.
- ➔ **Testreszabható űrlapok és kampánykezelés.** Könnyen beépíthető feliratkozó és rendelési űrlapok.

Előnyök:

- ✓ **Magyar fejlesztés,** magyar nyelvű ügyfélszolgálat és dokumentáció.
- ✓ **Komplex automatizációk.** Haladó szintű beállításokat tesz lehetővé.
- ✓ **Integrálható más rendszerekkel.** Összekapcsolható számlázókkal, webáruházakkal és CRM-ekkel.

Hátrányok:

✗ **Kezdők számára bonyolultabb lehet** a beállítások elsajátítása.

✗ **Magasabb árkategória.** A komplexebb funkciók miatt drágább lehet, mint a MailerLite.

➔ **Kinek ajánlott?**

Ha hosszú távra tervez, és egy olyan eszközt keres, amely nem csak email küldésre, hanem teljes ügyfélkapcsolat kezelésre is alkalmas, akkor a SalesAutopilot jó választás lehet.

3.3 Melyiket válassza?

Ha egyszerű de hatékony hírlevél küldő megoldást keres, a MailerLite megfelelő választás lehet.

Ha automatizált folyamatokat, ügyfélkezelést és értékesítési rendszereket szeretne építeni, akkor a SalesAutopilot jobb opció lehet.

Ebben a fejezetben bemutatottuk két népszerű email marketing eszközt. A következő lépése az, hogy kiválassza az Önnek legmegfelelőbb rendszert, és elkezdje első email marketing kampánya tervezését.



4. HOGYAN TERVEZZE MEG AZ ELSŐ KAMPÁNYÁT?

Egy jól átgondolt email marketing kampány növelheti vállalkozása bevételeit, erősítheti az ügyfélkapcsolatokat, és segíthet a márkahűség kialakításában is. A sikeres kampányhoz azonban nem elég egy egyszerű hírlevél kiküldése, szükség van egy tudatos tervezési folyamatra.

Ebben a fejezetben lépésről lépésre végigvesszük, hogyan állíthatja össze első email kampányának levélsorozatát.

4.1 A kampány céljának meghatározása

Minden kampány egy konkrét céllal indul. Az első lépés az, hogy tisztán lássa, mit szeretne elérni. Ötletként néhány cél:

- ➔ **Új ügyfelek szerzése:** például egy ingyenes anyag letöltésére ösztönző kampány.
- ➔ **Visszatérő vásárlások növelése:** akciók, kedvezmények kommunikálása.
- ➔ **Kapcsolatépítés és bizalomépítés:** hasznos tartalmak, blogcikkek megosztása.
- ➔ **Termék vagy szolgáltatás bevezetése:** egy új termék vagy szolgáltatás ismertetése.
- ➔ **Esemény vagy workshop meghirdetése:** feliratkozás vagy jelentkezés ösztönzése.

4.2 A kampány célcsoportjának meghatározása

Kampányának email sorozata akkor lesz igazán hatékony, ha a megfelelő emberekhez jut el. Egyetlen általános üzenet helyett érdemes célzott üzeneteket küldeni.

Segítő kérdések a levélsorozat tartalmának pontosításához:

- ➡ Kik a célcsoport tagjai? (pl. kezdő vállalkozók, vásárlók, érdeklődők)
- ➡ Milyen problémáik vannak, amelyeket meg tud oldani?
- ➡ Korábban milyen tartalmaira reagáltak jól?

Példák célcsoport csoportosítására

✚ **Új feliratkozók:** akik most csatlakoztak a listához, számukra bemutatkozó email-sorozat küldése ajánlott.

✚ **Vásárlók:** akik már vásároltak, nekik például kiegészítő termékeket vagy exkluzív ajánlatokat kínálhat.

✚ **Inaktív feliratkozók:** akik régóta nem nyitották meg az emailjeit, őket újra aktiváló kampányokkal érdemes elérni.

➡ **TIPP:** Az email marketing szoftverekben, például a MailerLite vagy SalesAutopilot rendszerben könnyedén csoportosíthatja a listáját érdeklődés, korábbi vásárlások vagy aktivitás alapján.



4.3 Az emailek tartalmának tervezése

Ahogy az előzőekben írtuk a hírlevél sorozat üzenetének világosnak, lényegre törőnek és értékesnek kell lennie az olvasók számára. Emelett fontos a levelek szerkezetének kialakítása is.

Példa egy email tartalmának kialakítására

- ✓ **Figyelemfelkeltő tárgymező.** Az első dolog, amit az olvasó meglát, ezért legyen érdekes.
- ✓ **Megszólítás.** A személyre szabás (pl. névvel történő megszólítás) növeli az email hatékonyságát.
- ✓ **Értékes tartalom.** Röviden, lényegre törően mutassa be az ajánlatot vagy információt.
- ✓ **CTA (cselekvésre ösztönzés).** Egyértelmű gomb vagy link, amely arra ösztönzi az olvasót, hogy lépjen tovább (pl. „Kattintson ide”, „Iratkozzon fel”, „Töltse le most”).
- ✓ **Utóirat (u.i).** Itt kiemelhet egy fontos plusz információt.

➔ **TIPP:** Az emailekben legyen egyértelmű CTA, és ne legyen túl sok link, mert az ronthatja a konverziót.



4.4 Kampány ütemezése és küldése

Mikor érdemes kiküldeni az email sorozat leveleit? A megfelelő időzítés növelheti a megnyitási és kattintási arányokat.

Hogyan tesztelheti a legjobb időpontokat?


A MailerLite és SalesAutopilot lehetőséget ad A/B tesztek készítésére, így kipróbálhatja, hogy különböző időpontokban kiküldött levelek milyen eredményeket érnek el.


➔ **TIPP:** Ha új kampány sorozatot indít, tesztelje több időpontban is, és figyelje meg, mikor reagálnak a legjobban az olvasók.

4.5 A kampány eredményeinek mérése

A kampány sikerességét az adatok elemzésével tudja mérni.

Fontos mérőszámok:

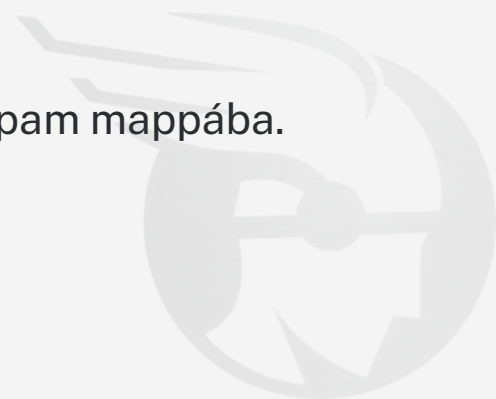
 **Megnyitási arány** (Open Rate), azaz hányan nyitották meg az emaileket.

 **Átkattintási arány** (CTR): hányan kattintottak a levélben lévő linkekre.

 **Leiratkozási arány:** hányan iratkoztak le a kampány után.

Mit tehet, ha alacsony a megnyitási arány?

- ➔ Teszteljen más tárgymezőket.
- ➔ Küldje el az emailt más időpontban.
- ➔ Ellenőrizze, hogy az emailje nem kerül-e a spam mappába.



Mit tehet, ha kevés a kattintás?

- ➔ Tegye egyértelműbbé a CTA-t.
- ➔ Használjon figyelemfelkeltőbb gombokat vagy linkeket.
- ➔ Rövidítse le az email szövegét, hogy a lényegre koncentráljon.

➔ **TIPP:** Érdeemes utánkövető emaileket küldeni azoknak, akik megnyitották, de nem kattintottak, vagy fordítva.



5. ÖSSZEFOGLALÁS

Az előző fejezetekben lépésről lépésre megismerhette az alapokat, a kampánytervezés folyamatát, valamint a MailerLite és SalesAutopilot szoftvereket.

A következőkben összefoglaljuk a legfontosabb lépéseket, és megmutatjuk, hogyan építheti tovább email marketing stratégiáját.

5.1 A tervezés lépései

- ➔ **Célkitűzés meghatározása.** Mire szeretné használni az email marketinget? (pl. brandépítés, értékesítés, ügyfélkapcsolatok erősítése)
- ➔ **Célközönség meghatározása.** Kiknek szól az emailek általi kommunikáció?
- ➔ **Feliratkozók gyűjtése.** Minőségi listát építsen, amely valóban érdeklődő emberekből áll.
- ➔ **Hatékony email kampány megtervezése.** Értékes, releváns tartalommal töltsen meg a leveleit.
- ➔ **Megfelelő eszköz kiválasztása.** A MailerLite és SalesAutopilot lehetőségeinek kiaknázása.
- ➔ **Automatizált email sorozatok beállítása.** Időt spórolhat, miközben személyre szabott kommunikációt biztosít.

- ➔ **Eredmények mérése és elemzése.** A folyamatos fejlesztés érdekében rendszeresen vizsgálja az email sorozatai teljesítményét.

5.2 Hogyan építse tovább az email marketing stratégiáját?

Az email marketing folyamatos fejlesztést igényel. Ha az alapok már működnek, érdemes az alábbi fejlettebb stratégiákra is figyelmet fordítani:

✓ **Csoportosítás és személyre szabás**

Ne minden feliratkozónak ugyanazt az üzenetet küldje! Készítsen szegmentált listákat (pl. érdeklődési kör, vásárlási szokások alapján), és küldjön releváns tartalmat.

✓ **Dinamikus tartalom és interaktivitás**

Használjon egyedi ajánlatokat, kérdőíveket, szavazásokat az emailekben, hogy növelje az elköteleződést.

✓ **Továbbfejlesztett automatizáció**

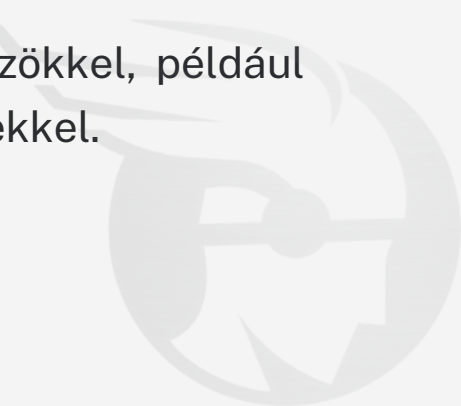
Készítsen még részletesebb automatizált sorozatokat: pl. inaktív feliratkozók újraaktiválása, vásárlói életciklus alapján küldött emailek.

✓ **A/B tesztelés bevezetése**

Tesztelje a tárgymezőket, CTA-kat és a tartalmakat, hogy megtudja, melyik formátum működik a legjobban.

✓ **Integráció más marketingcsatornákkal**

Kapcsolja össze email marketingjét más eszközökkel, például közösségi médiával, chatbotokkal vagy hirdetésekkel.



KÖVETKEZŐ LÉPÉSEK

Ha eddig eljutott, már készen áll az email marketing stratégiája elindítására. Az első lépések megtétele után érdemes folyamatosan tesztelni, fejleszteni és optimalizálni az email kampányokat, hogy minél nagyobb hatékonyságot érjen el.

Most Ön jön!

- ✓ Ha még nem tette meg, kezdje el a listája építését!
- ✓ Állítson be egy email sorozatot a MailerLite vagy SalesAutopilot segítségével.
- ✓ Kísérletezzen és fejlessze stratégiáját!

Köszönjük, hogy elolvasta információs füzetünket, sok sikert kívánunk az email marketing világában!

Az információs füzetben található kép mesterséges intelligenciával (Copilot) készült.



TOLNA VÁRMEGYEI
KERESKEDELMI ÉS
IPARKAMARA

7100 Szekszárd, Arany János utca 23-25. 3.emelet
tmkik.hu | + 36 74 411 661 | kamara@tmkik.hu

Az információs füzet a Nemzetgazdasági Minisztérium
támogatásával a VF/44/5/2023_TMKIK azonosítószámú projekt
keretében készült.

2024.