

# ইমেল প্রাপ্তিযোগ্যতা

## ইমেইল - মার্কেটিং



**Ladies, ladies, ladies.**

This is our first female editor and female event on June 22 - we took a couple weeks to test and review, and are now back to work, in all new work, while ensuring our content is made sure you get what you need. And it's time to go high, we are ready to open our eyes to new work that is absolutely necessary. A dash of education, a dash of entertainment, and a sprightly relevant news and insight to make your business the most successful. We're getting to it.

See The Feature

**In the news**

The US Supreme Court has decided that employers can refuse to cover reproductive healthcare needs for their employees or their employees' family members, if their religion is opposed to covering a bodily autonomy. As you can imagine, this is a real let down for women's rights, and it's a real setback. [Read the full story](#).

**In your feed**

Getting in the spirit. Via [@spanishcouscous](#)



**In the powder room**

During Design we've used our female friends who are standing by their values throughout that COVID, and now the Black Lives Matter movement, to make sure that the design industry is not just a place for men, but a place for women.



Have you tried out the Trello Team Toolkit? These tips and tricks will help you create your best teamwork boards yet.

[Get The Free Toolkit!](#)

Tell your story! Your Trello boards have a new way to provide context and key information to your teams.

[See The New Feature](#)

At work, home, or on the go! Grab Trello for iOS, Android, Desktop and more.

[Get More Trello](#)

Want more? Get your productivity fix at the [Trello Blog](#)...

Copyright © 2019 Trello Inc., All rights reserved. 80 Broadway Floor 28 New York, NY 10008



fresh new photography

SHOP NEW PHOTOGRAPHY

2020 NEW LIMITED EDITION ART COLLECTION

Take a look through the lens at new limited edition photography from our community of independent artists.

ATMOSPHERIC IMPRESSIONS

THE UNIQUENESS OF WAVE'S XXVIII



Everything you need to eat healthy.

Your delivery includes fresh groceries plus, simple, 10-minute recipes that bring those groceries to real (and delicious) life. Plus, you'll get 30% off your first order of \$99+. Score!

[GET STARTED](#)

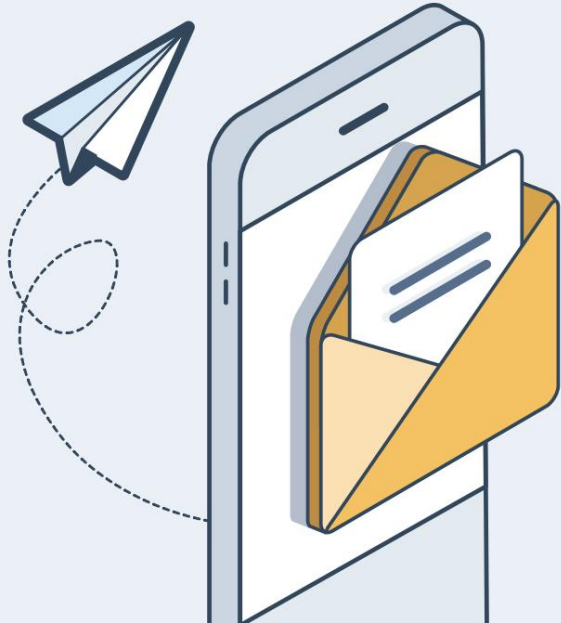
**GIVEAWAY**

Dinner at home on the patio (or five escape) is the new "going out", so we're having fun with it. We've joined Our Place, Paddywax, Curious Elms, and The Novogratz to give away everything you need to enjoy some time under the stars.

Click [here](#) to enter.

## সুচিপত্র

ভূমিকা	04
মার্কেটিং ইমেইলের ধরন	06
সেট আপ করা হচ্ছে	12
ইমেল ডিজাইন টিপস	17
ইমেইল মার্কেটিং মেট্রিক্স	21
কমপ্লায়েন্ট থাকা	24
উপসংহার	27



## ভূমিকা

বিগত কয়েক বছর ধরে, ইমেল মার্কেটিং আপনার কোম্পানির ডিজিটাল মার্কেটিং কৌশলের সিঁড়ির থেকে একটি অনস্বীকার্য প্রয়োজনীয়তার দিকে চলে গেছে। ভাল খবর হল: 99% ভোক্তা প্রতিদিন তাদের ইমেল চেক করেন। খারাপ খবর হল: ইমেল বিপণনে বিনিয়োগকারী ব্র্যান্ডের ক্রমবর্ধমান সংখ্যার সাথে, আপনার পরিচিতির মনোযোগ আকর্ষণ করা এবং অর্থপূর্ণ কথোপকথনে তাদের জড়িত করা আগের চেয়ে কঠিন।

একটি সফল ইমেল বিপণন প্রচারাভিযান চালানো যতটা সহজ মনে হয় ততটা সহজ নয়। যে কেউ ইমেল বিপণনের চেষ্টা করেছেন তারা জানেন যে এটি দ্রুত একটি বার্তা খসড়া করা এবং প্রেরণে আঘাত করা এত সহজ নয়। আপনি CAN স্প্যাম প্রবিধানগুলি মেনে চলছেন তা নিশ্চিত করার পরে, আপনাকে সঠিক সরঞ্জাম এবং সফটওয়্যার অ্যাক্সেস করতে হবে, আকর্ষণীয় এবং আকর্ষক ইমেলগুলি ডিজাইন করতে হবে, সমস্ত বিভিন্ন পরিস্থিতিতে বিভিন্ন ধরণের ইমেল তৈরি করতে হবে এবং ট্র্যাক করতে হবে

আপনার মেট্রিক্স

আজ, একটি সফল ইমেল বিপণন কৌশল তৈরির চাবিকাঠি হল পরিচিতিগুলির সাথে বিশ্বাস তৈরি করা এবং তাদের সাথে প্রকৃত, দীর্ঘস্থায়ী সম্পর্ক তৈরি করা। কার্যকর ইমেল বিপণনের জন্য সময়, প্রচেষ্টা, শোনা, বিশ্লেষণ এবং একটি কৌশল লাগে।

কিন্তু চিন্তা করবেন না: এই নির্দেশিকাটি আপনাকে ধাপে ধাপে কীভাবে ইমেল মার্কেটিং শুরু করতে হবে তার মাধ্যমে নিয়ে যাবে।

# মার্কেটিং ইমেইলের ধরন

সবচেয়ে সফল বিপণন ইমেলগুলি একটি বাজে পাঠানো হয় না, বরং এটি একটি বৃহত্তর, গণনা করা কৌশলের অংশ। আপনি আপনার ব্র্যান্ডের জন্য প্রথম ইমেল বিপণন প্রচারাভিযান চালু করছেন বা একটি বিদ্যমান ইমেল বিপণন কৌশল পুনর্গঠন করতে চাইছেন না কেন, প্রথম ধাপ হল আপনার উদ্দেশ্য নির্ধারণ করা।

কেন আপনি একটি ইমেল পাঠাচ্ছেন? (টিপ: এটা নয় কারণ "সবাই ইমেল পাঠাচ্ছে" — আপনি কেন একটি ইমেল পাঠাতে চান সে সম্পর্কে চিন্তা করুন।)

আপনার ইমেল বিপণনের উদ্দেশ্য নির্ধারণ করতে, নিজের জন্য এই প্রশ্নের উত্তর দিন: আপনার ইমেল বিপণন প্রচারাভিযানের মাধ্যমে আপনি কী অর্জন করতে চান? আপনার উদ্দিষ্ট লক্ষ্য নির্ধারণ করবে আপনি কোন ধরনের মার্কেটিং ইমেল পাঠাবেন।

কোন ধরনের বিপণন ইমেল আপনাকে আপনার লক্ষ্য অর্জনে সর্বোত্তম সাহায্য করবে তা সিদ্ধান্ত নিতে সাহায্য করার জন্য, প্রধান বিপণন ইমেল প্রকারের জন্য পড়ুন:

## নিউজলেটার

একটি নিউজলেটার হল একটি ইমেল যা আপনি আপনার ইমেল তালিকার নির্দিষ্ট অংশে নিয়মিত পাঠান যা আপনাকে আপনার লিড এবং গ্রাহকদের সাথে যোগাযোগ করতে এবং সম্পর্ক তৈরি করতে সহায়তা করে। সাধারণত, এই নিউজলেটারগুলি আপনার তৈরি করা সাম্প্রতিক বিষয়বস্তুর সারসংক্ষেপ এবং ঘোষণা বা আপডেটের স্থান। এগুলি একটি ক্রমবর্ধমান জনপ্রিয় ধরণের বিপণন ইমেল, তবে প্রতিটি নয়।

ব্র্যান্ড একটি নিউজলেটার প্রয়োজন।

একটি নিউজলেটার উপকারী হতে পারে যদি আপনি আপনার সাইটে লিড এবং ট্র্যাফিক তৈরি করার চেষ্টা করেন, সম্পর্ক বজায় রাখেন, লিডগুলিকে আরও ভালোভাবে যোগ্য করে তোলেন এবং আরও ডিল বন্ধ করেন। যদি আপনার ব্র্যান্ডের লক্ষ্যগুলি সেগুলির যেকোনটির সাথে মিলে যায়, তাহলে আপনাকে হত্যাকারী ইমেল নিউজলেটার তৈরি করতে হবে, যেমনটি ফ্রিল্যান্সিং ফিমেলস থেকে .





## Everything you need to eat healthy.

Your delivery includes fresh groceries plus, simple, 10-minute recipes that bring those groceries to real (and delicious) life. Plus, you'll get **30% off** your first order of \$99+. Score!

GET STARTED



### GIVEAWAY

Dinner at home on the patio (or fire escape) is the new "going out", so we're having fun with it. We've joined Our Place, Paddywax, Curious Elixirs, and The Novogratz to give away everything you need to enjoy some time under the stars.

Click [here](#) to enter.

GET STARTED

@hungryroot



This email was sent to you by Hungryroot Inc., 7 W 22nd St, New York, NY 10011  
to ensure delivery to your inbox, please add [hello@hungryroot.com](mailto:hello@hungryroot.com) to your address book and  
unsubscribe list. We offer free ground shipping where available. No longer want to receive these  
emails? [Unsubscribe](#)

## সীসা লালনপালন ইমেল

লিড নর্চারিং ইমেলগুলি সাধারণত একটি সংযুক্ত সিরিজের অংশ যা ব্যবহারকারীদের আপনার বিক্রয় ফানেলকে আরও নীচের দিকে পরিচালিত করে। যখনই কোনও ব্যবহারকারী কোনও নির্দিষ্ট পদক্ষেপ নেয়, যেমন কোনও ল্যান্ডিং পৃষ্ঠায় কোনও সামগ্রী অফার ডাউনলোড করা বা ট্রায়ালের অনুরোধ করা তখনই সেগুলি স্বয়ংক্রিয়ভাবে চালু হয়। লিড নর্চারিং ইমেলগুলির মাধ্যমে আপনার রিটার্ন বাড়ানোর জন্য, আপনার শ্রোতাদের আচরণের দ্বারা সেগমেন্ট করা গুরুত্বপূর্ণ যাতে আপনি ক্রেতার যাত্রার প্রতিটি পর্যায়ে পাঠকদের কাছে অত্যন্ত লক্ষ্যযুক্ত বার্তাগুলি সরবরাহ করছেন।

এখানে Hungryroot থেকে সীসা লালনকারী ইমেলের একটি উদাহরণ রয়েছে , একটি মুদি সরবরাহ পরিষেবা। এটি একটি ডিসকাউন্ট, স্বাক্ষর করার একটি লিঙ্ক অন্তর্ভুক্ত আপ, এবং একটি উপহার। এই অফারটি তারা নিমজ্জিত করার জন্য কতটা প্রস্তুত তার উপর ভিত্তি করে বিভিন্ন পদক্ষেপ নেওয়ার কয়েকটি সুযোগ দেয় গ্রাহক হওয়ার জন্য।

## তথ্যমূলক ইমেল

একটি নিউজলেটারের মতো, এই ধরনের ইমেল পাঠকদের একটি বড় গোষ্ঠীর কাছে একটি আপডেট সরবরাহ করে। এই ইমেলগুলিতে, আপনি এর সাথে সম্পর্কিত ঘোষণা পাঠাতে পারেন:

- নতুন উপাদান
- পণ্য আপডেট
- আসন্ন ঘটনাবলী
- ইভেন্ট আপডেট
- সহ-বিপণন অংশীদারিত্ব

উদাহরণস্বরূপ, যদি আপনি চান যে পাঠকরা আপনার ওয়েবিনারে সাইন আপ করুক, আপনার তথ্যমূলক ইমেলটিতে নিবন্ধকরণ উইন্ডো, সময় এবং ইভেন্টের তারিখ, একটি সংক্ষিপ্ত বিবরণ এবং পাঠকরা কীভাবে সাইন আপ করতে পারে সে সম্পর্কিত তথ্য থাকা উচিত।

এখানে আমেরিকান এয়ারলাইন্স থেকে একটি তথ্যমূলক ইমেল আছে যে

একটি নতুন বৈশিষ্ট্য, স্পর্শহীন কিয়স্ক সম্পর্কে প্রাপকদের বলে।

The image shows a screenshot of an email from American Airlines. The main heading is "Touchless kiosks for checking bags". The email is addressed to an "AAdvantage® member". The text explains that it's now easier to check bags hands-free at the airport. It states that starting today, users can print bag tags without touching a kiosk when flying alone within the U.S. The "How it works" section lists three steps: 1. Check in to your flight on aa.com or in the American Airlines app. 2. Choose the number of bags to check and pay online. 3. Scan your boarding pass at an airport kiosk and your bag tags will print automatically. 4. Bring your tagged bag to a team member at bag drop. The email concludes by stating it's just another step in their Clean Commitment, giving users more peace of mind when they fly. There is a "Learn more" button. Below the main content, there is a section titled "Travel with confidence to the ones you care about" with a "Learn more" link and the American Airlines Clean Commitment logo. At the bottom, there is a navigation bar with links for Reservations, Redeem Miles, Deals, and Your Account. Below that, there are social media icons for mobile, Facebook, Instagram, and Twitter. At the very bottom, there are links for Update Email Preferences, Change Email Address, Unsubscribe, and Privacy Policy.

## লেনদেন ইমেল

একবার আপনি আপনার ইমেল তালিকাকে কিছুটা বড় করে ফেললে, আপনি কীভাবে সম্ভাব্য এবং গ্রাহকদের সাথে আপনার সম্পর্ক আছে তাদের সাথে যুক্ত করবেন? লেনদেনমূলক ইমেলগুলি স্বয়ংক্রিয়ভাবে ট্রিগার হয় যখন একজন পাঠক একটি নির্দিষ্ট ক্রিয়া সম্পাদন করে, যেমন আপনার নিউজলেটারের জন্য সাইন আপ করা, একটি পণ্য কেনা ইত্যাদি। লেনদেনমূলক ইমেলগুলির সবচেয়ে সাধারণ ফর্মগুলি হল:



নিশ্চিতকরণ ইমেল

নিশ্চিতকরণ ইমেলগুলি এমন হওয়া উচিত - নিশ্চিতকরণ ইমেল। এড়ানোর জন্য কোনো বিভ্রান্তি, এই ইমেলগুলিকে সহজ রাখুন, আপনার প্রাপকরা আপনাকে যে তথ্য নিশ্চিত করতে চান তার একটি সংক্ষিপ্ত সারাংশ সহ। নকশা নিয়ে ঝামেলা না করার চেষ্টা করুন, কারণ তারা কেবল জানতে চায় যে তারা যে পদক্ষেপ নিয়েছে তা সম্পূর্ণ হয়েছে যাতে তারা তথ্য সংরক্ষণ করতে পারে, মনের শান্তি, এবং এগিয়ে যান।



কিক-ব্যাক/আপনাকে ইমেল ধন্যবাদ

যখনই কোনো সম্ভাবনা, সীসা, বা গ্রাহক আপনার ল্যান্ডিং পৃষ্ঠাগুলির একটিতে একটি ফর্ম পূরণ করে, তাদের জমা দেওয়ার পরে একটি কিকব্যাক ইমেল স্বয়ংক্রিয়ভাবে ট্রিগার হওয়া উচিত। ফর্মের উপর নির্ভর করে, এই কিকব্যাক ইমেলগুলি প্রায়ই উল্লেখ করা হয় ধন্যবাদ ইমেইল হিসাবে। এই ইমেল চেহারা overcomplicate না নিশ্চিত করুন। পাঠক অতিরিক্ত তথ্য খুঁজছেন না, বরং অফার বা বিষয়বস্তু তারা ইতিমধ্যেই জানে খালাস



স্বাগত ইমেল

আপনার নিউজলেটার, প্রোডাক্ট ট্রায়াল বা অন্যান্য অফারের জন্য সাইন আপ করেছেন এমন লোকেদের ধন্যবাদ জানানোর এবং আরও তথ্য দেওয়ার জন্য স্বাগতম ইমেলগুলি নিখুঁত বিকল্প। আপনার ব্র্যান্ডের ব্যক্তিত্ব প্রদর্শন করতে এবং প্রাপকরা পাওয়ার আশা করতে পারে এমন মান হাইলাইট করতে আপনার স্বাগত ইমেল ব্যবহার করুন। আপনি যদি একটি পণ্য বা পরিষেবাতে নতুন ব্যবহারকারীদের স্বাগত জানান, তাহলে সবকিছু কীভাবে কাজ করে এবং শুরু করার জন্য ব্যবহারকারীদের কী করতে হবে তা ব্যাখ্যা করার জন্য স্বাগত ইমেল একটি দুর্দান্ত জায়গা।

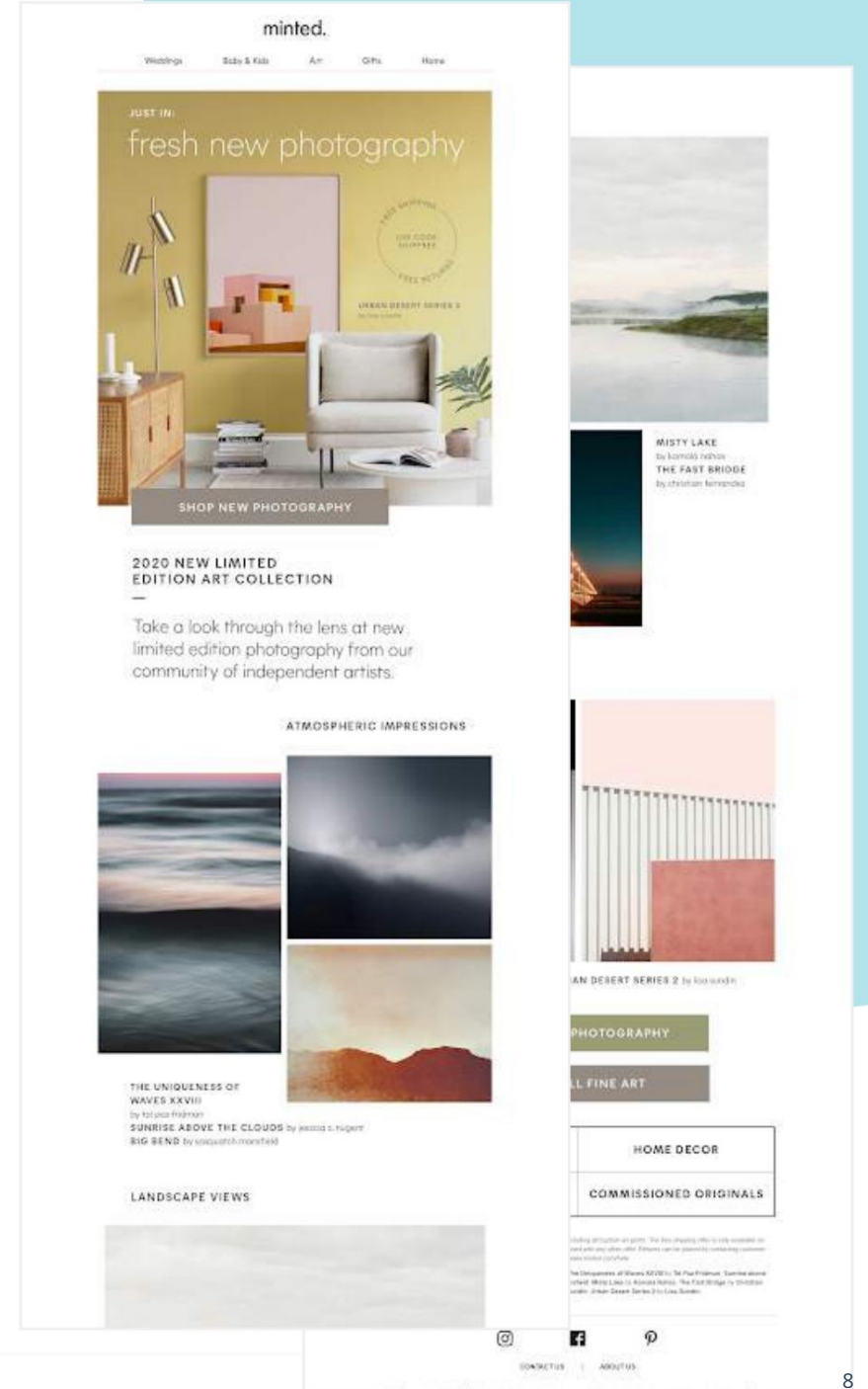
## নতুন বিষয়বস্তু ঘোষণা ইমেল

আপনি যখন আপনার পরবর্তী বিক্রয়, ইবুক, ওয়েবিনার, কুপন, বিনামূল্যে ট্রায়াল বা অন্য কোন প্রচারের ঘোষণা দিতে প্রস্তুত হন, তখন শব্দটি ছড়িয়ে দিতে একটি নতুন বিষয়বস্তু ঘোষণা ইমেল ব্যবহার করুন। নতুন কন্টেন্ট ইমেলের প্রধান বৈশিষ্ট্য হল একটি বিশিষ্ট CTA (কল টু অ্যাকশন)। আপনি এই ইমেল বিন্যাসটি খুব কম ব্যবহার করতে চাইবেন এবং অফার এবং বিষয়বস্তুর জন্য আপনি বিশেষভাবে হাইলাইট করতে চান।

একটি নির্দিষ্ট অফারের জন্য একটি ইমেল ডিজাইন করার ক্ষেত্রে, মনে রাখতে হবে মূল উপাদানটি হল অফারটি নিজেই। আপনি চান যে অনুলিপিটি সংক্ষিপ্ত তবে অফারটির মান বোঝাতে যথেষ্ট বর্ণনামূলক হোক। উপরন্তু, আপনি ইমেল পাঠকদের ক্রিস্টাল ক্লিয়ার করতে চান এমন অ্যাকশন তৈরি করতে অনুলিপির নীচে একটি বড় CTA ইমেজ/বোতাম অন্তর্ভুক্ত করুন।

Minted থেকে এই ইমেলটি একবার দেখুন , একটি স্টেশনারি কোম্পানি।

স্পষ্ট কল-টু-অ্যাকশন সহ, আর্টওয়ার্কটি নিজেই কথা বলে এবং গ্রাহকদের জন্য নতুন ডিজাইনগুলি দ্রুত ব্রাউজ করা সহজ।



## পণ্য আপডেট ইমেল

অনেক কোম্পানি সাপ্তাহিক পাঠাতে পছন্দ করে

বা মাসিক পণ্য হজম তাদের রাখা

গ্রাহক বা ফ্যান বেস আপ টু ডেট সঙ্গে

সর্বশেষ বৈশিষ্ট্য এবং কার্যকারিতা.

এই পণ্য আপডেট ইমেইল হতে পারে

লেখা কঠিন কারণ তাদের বিষয়বস্তু

সাধারণত অফার ইমেলের মতো চটকদার নয়।

যে বলেন, এটা রাখা গুরুত্বপূর্ণ

ইমেল সহজ এবং সোজা.

আপনার ইমেল গ্রাহকদের তাদের পায়ের আঙ্গুলের

উপর রাখা, বরং আপনার inundating চেয়ে

সম্পর্কে ইমেল একটি একাধিক সঙ্গে পরিচিতি

প্রতিটি পৃথক পণ্য আপডেট, পর্যায়ক্রমে নতুন আপডেট বা

পণ্যের রাউন্ডআপ পাঠানোর কথা বিবেচনা করুন।

আপনার তালিকাভুক্ত প্রতিটি আপডেটের জন্য, একটি

বড়, পরিষ্কার শিরোনাম, একটি সংক্ষিপ্ত বিবরণ এবং

একটি চিত্র অন্তর্ভুক্ত করুন যা পণ্য বা বৈশিষ্ট্য প্রদর্শন করে।

প্রতিটি বৈশিষ্ট্যের জন্য একটি কাস্টম পৃষ্ঠার সাথে লিঙ্ক করাও

মূল্যবান যাতে প্রাপকদের এটি সম্পর্কে আরও জানতে সহজ

হয়।



## ইভেন্ট প্রচার ইমেল

আপনি যে আসন্ন ইভেন্টটি হোস্ট করছেন তা প্রচার করার সময় ইমেলটিকে উপেক্ষা করবেন না।

আপনি যদি আপনার পরিচিতিদের একটি ইভেন্টে আমন্ত্রণ জানাতে চান এবং তাদের নিবন্ধন করতে অনুপ্রাণিত করতে চান, তাহলে সেই ইভেন্টটি কেন তাদের মূল্যবান তা স্পষ্টভাবে প্রদর্শন করা অত্যন্ত গুরুত্বপূর্ণ উপস্থিতি.

এটি করার একটি দুর্দান্ত উপায় হল ভিজুয়ালগুলির মাধ্যমে। অনেক ইভেন্টে যোগদানের জন্য অর্থ খরচ হয় এবং বেশিরভাগই একটি সুন্দর পয়সা খরচ করে। তাই আপনি যদি নিবন্ধনকারীদের আকৃষ্ট করতে চান, তাহলে অনুলিপিটি কেটে ফেলুন এবং সম্ভাব্য নিবন্ধনকারীদের দেখান কেন ইভেন্টটি দুর্দান্ত হবে। আপনার ইভেন্টের ইমেল এবং আপনার সোশ্যাল মিডিয়া অ্যাকাউন্টগুলি জুড়ে আপনার ইভেন্টে প্ল্যাটফর্মে আগ্রহ তৈরি করতে আপনার ডিজাইন টিমকে কিছু কিলার ভিজুয়াল তৈরি করুন এবং নিশ্চিত করুন যে কেউ আমন্ত্রিত না হয়।

গ্রোথ মার্কেটিং কনফারেন্স থেকে এই ইমেলটি দেখুন। একটি চোখ ধাঁধানো দৃশ্যের সাথে যুক্ত, নিবন্ধন লিঙ্কটি বেশ কয়েকবার অন্তর্ভুক্ত করা হয়েছে, সাইন আপ করা সহজ করে তোলে।

## সেট আপ করা হচ্ছে

আপনি আপনার প্রথম বিপণন ইমেল পাঠাতে পারার আগে, আপনার সারিবদ্ধ হওয়ার জন্য কিছু হাঁস বাকি আছে।

আপনার বিপণন ইমেলগুলি সফলভাবে চালু করার জন্য আপনার প্রয়োজন হবে এমন একটি সরঞ্জাম এবং প্রযুক্তি রয়েছে। সাফল্যের জন্য নিজেকে সেট আপ করতে, নিশ্চিত করুন যে আপনি আপনার ইমেল বিপণনের তালিকা থেকে এই সমস্ত ধাপগুলি চেক করেছেন:

### একটি ইমেল মার্কেটিং পরিষেবা চয়ন করুন

একটি ইমেল বিপণন প্রদানকারী (ESP) একটি মহান

আপনার ইমেল বিপণন প্রচেষ্টা সূক্ষ্ম-টিউনিং করার সময় আপনি যদি কোনো স্তরের সমর্থন খুঁজছেন তাহলে সম্পদ।

HubSpot এর ইমেইল মার্কেটিং টুল আপনি করতে পারবেন

দক্ষতার সাথে তৈরি করুন, ব্যক্তিগতকৃত করুন এবং বিপণন ইমেলগুলি অর্টিমাইজ করুন যা পেশাদার অনুভব করে এবং দেখায়।

ডিজাইনার বা আইটি ছাড়া। বৈচিত্র্য আছে

আপনাকে সর্বোত্তম ইমেল বিপণন প্রচারাভিযান তৈরি করতে

এবং আপনার সমস্ত ইমেল সমর্থন করার জন্য বৈশিষ্ট্যগুলির মার্কেটিং লক্ষ্য।

উপরন্তু, আপনি আপনার ইমেল বিপণনের সাফল্য বিশ্লেষণ করতে

পারেন যাতে আপনি আপনার দলের সাথে আপনার ব্যবসার জন্য

সবচেয়ে গুরুত্বপূর্ণ ডেটা শেয়ার করতে পারেন। প্রধান অংশ? আপনি

HubSpot এর ইমেইল মার্কেটিং ব্যবহার করতে পারেন

বিনামূল্যে পরিষেবা।

একটি ইমেল পরিষেবা প্রদানকারী নির্বাচন করার সময় বিবেচনা করার জন্য HubSpot অফারগুলির মতো বৈশিষ্ট্য পরিষেবাগুলির উদাহরণ এখানে রয়েছে :

- বিভাজন ক্ষমতা সহ CRM প্ল্যাটফর্ম
- ইন্টারনেট পরিষেবা প্রদানকারীদের সাথে ভাল অবস্থান
- একটি ইমেল পরিষেবা প্রদানকারী (ESP) হিসাবে একটি ইতিবাচক খ্যাতি
- সহজে তৈরি করা ফর্ম, ল্যান্ডিং পেজ এবং CTA
- সহজ, আড়ম্বরপূর্ণ ইমেল টেমপ্লেট
- অটোমেশন
- ইমেল প্রবিধান মেনে চলার সহজ উপায়
- আপনার ইমেল পরীক্ষা বিভক্ত করার ক্ষমতা
- অন্তর্নির্মিত বিশ্লেষণ

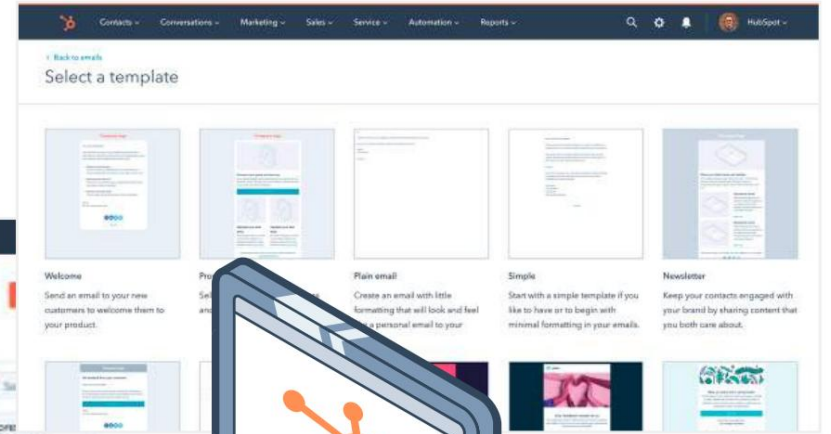
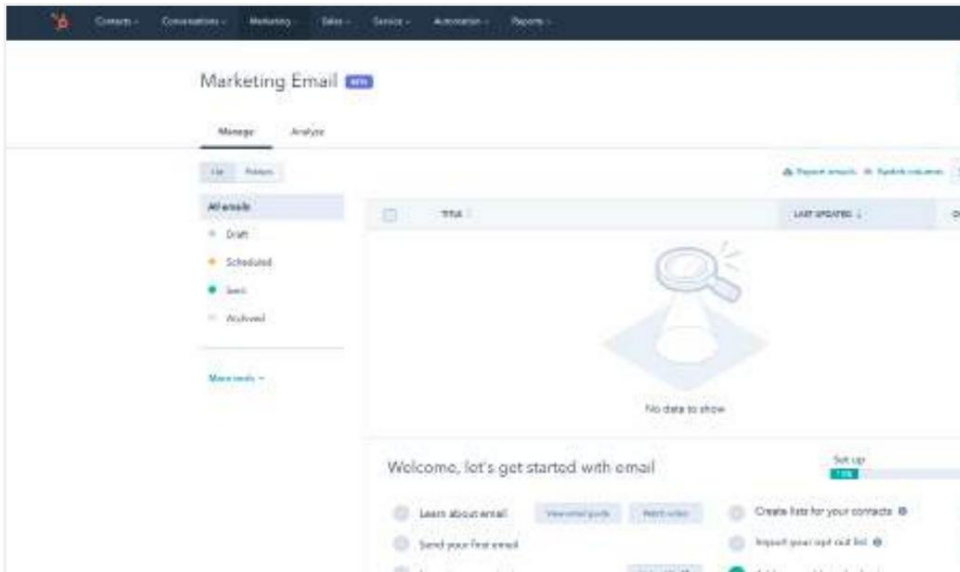


## বিনামূল্যে ইমেল মার্কেটিং সহ একটি CRM চয়ন করুন।

একটি ESP-এর জন্য কেনাকাটা করার পরিবর্তে, আপনি একটি CRM বেছে নিতে পারেন যাতে বিনামূল্যে ইমেল বিপণন সরঞ্জাম অন্তর্ভুক্ত থাকে। একটি CRM এর মাধ্যমে, আপনি আপনার ব্র্যান্ডের সাথে গ্রাহকের যাত্রা সম্পর্কে সম্পূর্ণ অন্তর্দৃষ্টি পান। আপনি নিশ্চিত করতে পারবেন যে আপনার বিপণনকে প্রেক্ষাপটের বাইরে দেখা যাচ্ছে না, এবং আপনার করা প্রতিটি পদক্ষেপ কীভাবে বিশ্বস্ত গ্রাহকদের দিকে নিয়ে যাচ্ছে তা আরও ভালভাবে বুঝতে পারবেন। উদাহরণস্বরূপ, বিনামূল্যে হাবস্পট সিআরএম-এ ইমেল বিপণন সরঞ্জাম যোগ করা তাদের গ্রাহকদের ব্যবসার বোঝার অপ্টিমাইজ করতে সাহায্য করে।

অ-ডিজাইনারদের জন্য, ইমেল টেমপ্লেটের একটি হোস্ট গুরুত্বপূর্ণ, নিউজলেটার থেকে ছুটির উদযাপন পর্যন্ত সবকিছুর জন্য বিকল্পগুলি উপলব্ধ। HubSpot-এর ইমেল টুলটিতে একটি স্বজ্ঞাত ড্র্যাগ এবং ড্রপ ইমেল সম্পাদক রয়েছে যা আপনার ব্র্যান্ডের সাথে মেলে ইমেল স্টাইল করা সহজ করে এবং আপনার গ্রাহকদের জন্য একটি আকর্ষক বার্তা তৈরি করে।

আপনি বাড়ার সাথে সাথে HubSpot এর ইমেল টুল আরও শক্তিশালী হয়ে ওঠে। আপনি যদি মার্কেটিং হাব স্টার্টারে আপগ্রেড করেন, তাহলে আপনার পাঠানো ইমেলের পরিমাণ আপনার অ্যাকাউন্টে থাকা পরিচিতির সংখ্যার সাথে স্কেল করবে এবং আপনি HubSpot-এ একটি ইমেল পাঠানোর ডোমেন সংযুক্ত করতে সক্ষম হবেন। মার্কেটিং হাব প্রফেশনাল বা এন্টারপ্রাইজে আপগ্রেড করে, আপনি প্রিমিয়াম বৈশিষ্ট্যগুলি আনলক করবেন যেমন A/B পরীক্ষা, স্মার্ট বিষয়বস্তু এবং একই সময়ে একটি ইমেল পাঠানোর ক্ষমতা টাইম জোন জুড়ে, আপনার ইমেল বিপণন গেমকে বাড়িয়ে তুলবেন।



## ইমেল বিভাজন প্রয়োগ করুন এবং তালিকা তৈরি করুন

ইমেল বিভাজন হল আপনার বৃহৎ ইমেল তালিকাকে সাব শ্রেণীতে বা ছোট তালিকায় বিভক্ত করার কাজ যা আপনার গ্রাহকদের অনন্য বৈশিষ্ট্য, আগ্রহ এবং পছন্দের সাথে সম্পর্কিত। আপনার বিপণন ইমেল গ্রাহকরা মানুষ, সর্বোপরি, এবং আমাদের উচিত

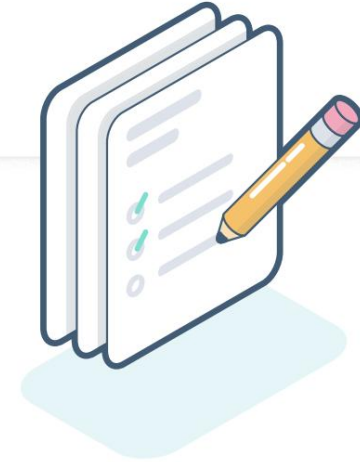
তাদের সাথে এমন আচরণ করার জন্য আমাদের যথাসাধ্য চেষ্টা করুন। মানে না জেনেরিক ইমেল বিস্ফোরণ পাঠানো। বিভাজন ইমেল বিপণনের একটি গুরুত্বপূর্ণ অংশ কারণ আপনি যদি ভুল লোকেদের কাছে ভুল সামগ্রী পাঠান তবে আপনি হারানোর ঝুঁকি চালান গ্রাহকদের

ইমেল তালিকা বিভাজনের প্রথম ধাপ হল লিড ম্যাগনেট তৈরি করা এবং ক্রেতার যাত্রার প্রতিটি অংশের জন্য অপ্ট-ইন ফর্ম তৈরি করা। এইভাবে, আপনার পরিচিতিগুলি স্বয়ংক্রিয়ভাবে আলাদা তালিকায় বিভক্ত হয় যা আপনার বিপণন ইমেল তৈরি তাদের সদস্যতা ট্রিগার করেছে তার উপর নির্ভর করে।

এর বাইরে, ইমেল বিপণন প্ল্যাটফর্মগুলি আপনাকে আপনার ইমেল তালিকাকে ভাগ করতে দেয় যোগাযোগের ডেটা এবং আচরণের মাধ্যমে আপনাকে সঠিক লোকেদের কাছে সঠিক ইমেল পাঠাতে এবং তাদের হয়ে ওঠার যাত্রার কাছাকাছি নিয়ে যেতে সহায়তা করতে ব্র্যান্ড অ্যাডভোকেটরা।

এখানে কিছু উপায় রয়েছে যা আপনি আপনার তালিকা ভাঙতে পারেন:

1. ভৌগলিক অবস্থান
2. জীবনচক্র পর্যায়
3. সচেতনতা, বিবেচনা, সিদ্ধান্তের পর্যায়
4. শিল্প
5. আপনার ব্র্যান্ডের সাথে পূর্ববর্তী প্রবৃত্তি
6. ভাষা
7. চাকরির শিরোনাম



## কর্মপ্রবাহের আকারে অটোমেশন অন্তর্ভুক্ত করুন

অটোমেশন ব্যবহার করার জন্য আপনার তালিকা বিভাজন করা হয়।

একবার আপনি নির্দিষ্ট সাবগ্রুপ তৈরি করে ফেললে, আপনি স্বয়ংক্রিয় ইমেল

পাঠাতে পারেন যেগুলি অত্যন্ত লক্ষ্যবস্তু।

এটি করার একটি উপায় হল ওয়ার্কফ্লো ব্যবহার করে। কর্মপ্রবাহ সম্পর্কে চিন্তা করুন

হ্যাঁ/না শাখা সহ একটি প্রবাহিত গাছের মতো যা আপনার সেট করা মানদণ্ডের উপর

ভিত্তি করে ক্রিয়া সম্পাদন করবে।

ওয়ার্কফ্লো সরঞ্জামগুলি যথেষ্ট স্মার্ট তা জানার জন্য যে কোনও ব্যবহারকারী কোনও

ইমেল খোলেন বা কোনও অফার ডাউনলোড করেছেন কিনা এবং এটি হবে

যে আচরণের উপর ভিত্তি করে কর্মের একটি সিরিজ বন্ধ সেট। যে

মানে, এটি একটি ইমেল সিরিজ পাঠাতে পারে, অথবা একজন ব্যবহারকারী যা করে

তার উপর ভিত্তি করে একটি সম্ভাবনার জীবনচক্র পর্যায়ও পরিবর্তন করতে পারে।

সর্বোত্তম অংশ হল, কর্মপ্রবাহগুলি বুদ্ধিমান — আপনার সম্ভাবনা কী কাজে লাগবে তার

উপর ভিত্তি করে তারা আপনার স্বয়ংক্রিয় সিরিজের গতিপথ পরিবর্তন করতে পারে।

উদাহরণস্বরূপ, যদি

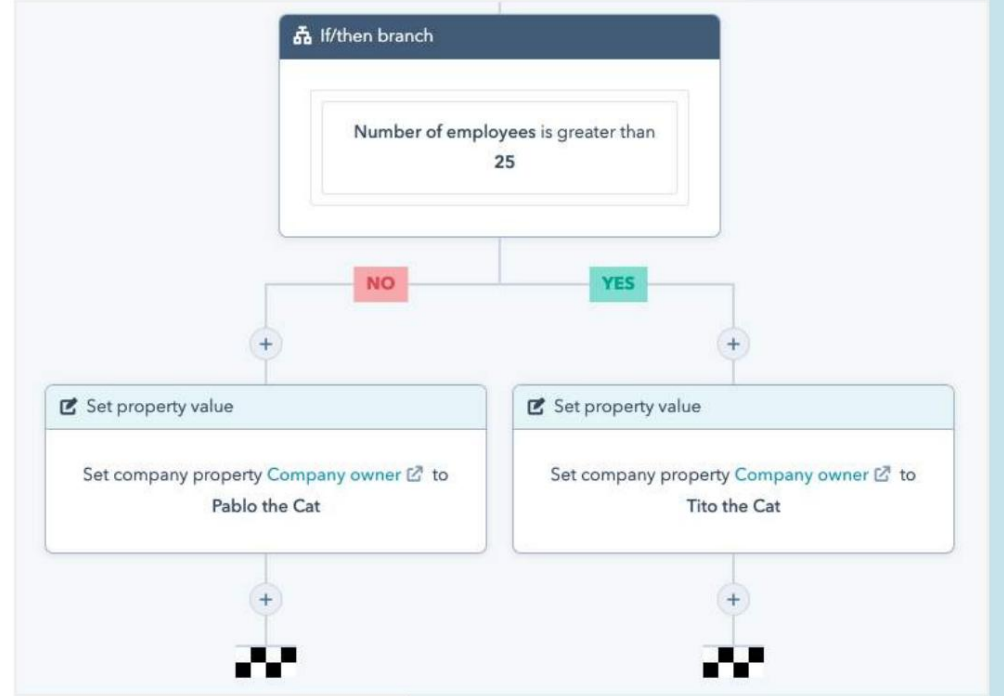
একজন নতুন গ্রাহক একটি স্বাগত ইমেল পাবেন এবং

পরবর্তী ইমেল তাদের একটি অফার পাঠানোর জন্য সেট আপ করা হয়েছে যা তারা

ইতিমধ্যে আপনার সাইটে খুঁজে পেয়েছে এবং ডাউনলোড করেছে, ওয়ার্কফ্লো টুলটি জানবে

এবং মানিয়ে নেবে। একটি স্বয়ংক্রিয় জবাবদানকারীতে, একজন ব্যবহারকারী নির্দিষ্ট সময়ের

ব্যবধানে ইমেলের একটি নির্দিষ্ট সেট গ্রহণ করে, তারা যে পদক্ষেপই নেয় না কেন।



## আরএসএস ফিড

RSS এর অর্থ হল "Really Simple Syndication" এবং এটি ব্লগ পাঠকদের জন্য আপনার ব্লগে সদস্যতা নিতে এবং নতুন ব্লগ পোস্টের সাথে নিয়মিত ইমেল পেতে সক্ষম হওয়ার একটি সহজ উপায়। এটি বিপণনকারীদের সমীকরণের বাইরে অনেক কাজ করে কারণ আপনাকে ম্যানুয়ালি একটি ইমেল টেমপ্লেটে নতুন ব্লগ পোস্ট যোগ করতে হবে না এবং প্রতিদিন/সাপ্তাহিক/মাসিক/ত্রৈমাসিক পাঠাতে হবে না। HubSpot আপনাকে RSS ফিড ব্যবহার করে আপনার বহিরাগত ব্লগে একটি ইমেল-ভিত্তিক সদস্যতা তৈরি করতে দেয়। একটি HubSpot ফর্ম এবং একটি বহিরাগত ফর্ম ক্ষেত্র ব্যবহার করে সহজেই ব্লগ গ্রাহকদের একটি তালিকা তৈরি করুন, তারপরে একটি নতুন RSS ইমেল তৈরি করুন যা আপনার পছন্দের টেমপ্লেটে নতুন পোস্টগুলি টানবে।

The screenshot displays the HubSpot RSS feed management interface. The top section shows a preview of the RSS feed content, including a featured article titled "UK Cryptocurrency Tax Guidance Revealed" by Robert Dell, dated Tuesday, November 6, 2019 8:40 AM. Below the preview, the "Edit RSS" section allows users to manage the feed URL, group, and display options. The bottom section, titled "Recipients", shows the "Send to" dropdown set to "List for RSS email (247)", with a "Don't send to" dropdown set to "Select lists or contacts". The "Sending schedule" section is configured for "Monthly" frequency, at "10:10" on the "1st" of the month. The "Total recipients" is displayed as 218.

HubSpot ব্যবহার করে একটি RSS-টু-ইমেল ব্লগ সদস্যতা সেট  
আপ করার জন্য ধাপে ধাপে নির্দেশিকা দেখুন ।

## ইমেল ডিজাইন টিপস

এখন যেহেতু আপনার কাছে সমস্ত সরঞ্জাম রয়েছে এবং কীভাবে আপনার বিপণন ইমেলগুলি পাঠাতে হয় তার সর্বোত্তম অনুশীলনগুলি জানেন, এখন আপনার ইমেলগুলি কেমন দেখতে চান তা বিবেচনা করার সময় এসেছে। আপনার বিপণন ইমেলের বিষয়বস্তু এবং নকশা আপনার ক্ষেত্রের প্রতিযোগীদের উপরে আপনার ব্র্যান্ড সেট করবে। লোভনীয় ডিজাইন এবং সংক্ষিপ্ত, প্রতিক্রিয়াশীল অনুলিপি হল আপনি কীভাবে প্রাপকদের আপনার ইমেল বিষয়বস্তু পড়তে এবং ইন্টারঅ্যাক্ট করতে পারেন।

নিশ্চিত করতে আপনার ইমেলগুলি আলাদা হয় গ্রাহকদের ভিডিও ইনবক্স, এখানে আমাদের ইমেল ডিজাইন সেরা অনুশীলন



### আপনার ইমেল শুধুমাত্র আপনার বিষয় লাইন হিসাবে শক্তিশালী

আপনার ইমেলের সাবজেক্ট লাইনটি বিবেচনা করে আপনি যখন তাদের একটি ইমেল পাঠান তখন যে কেউ প্রথম জিনিসটি দেখেন, এর গুরুত্বকে অতিরিক্ত বলা যাবে না। আপনার বিষয় লাইন তাদের মনোযোগ ক্যাপচার করা উচিত যাতে তারা ইমেল খুলতে এবং পড়া চালিয়ে যেতে চায়। সেরা বিষয় লাইন:

- যতটা সম্ভব কম শব্দে আপনার পাঠকদের মনোযোগ আকর্ষণ করুন (কম হয় আরো)।
- কিছু ধরণের মান এবং/অথবা তথ্য প্রদান করুন যা তাদের পছন্দ করে ইমেইল খুলতে।
- প্রাপকরা কী পড়তে চলেছেন এবং/অথবা একবার দেখতে চলেছেন তা সংক্ষিপ্ত করুন। ইমেইল খুলুন।
- আরও সাবজেক্ট লাইন-ইনস্পার জন্ম, আমাদের দেখা সেরাটি দেখুন।

এখানে Trello থেকে একটি বিষয় লাইনের একটি দুর্দান্ত উদাহরণ: এটি সংক্ষিপ্ত, বিলুপ্ত এবং নজরকাড়া।

NEW: Give your Trello boards a story



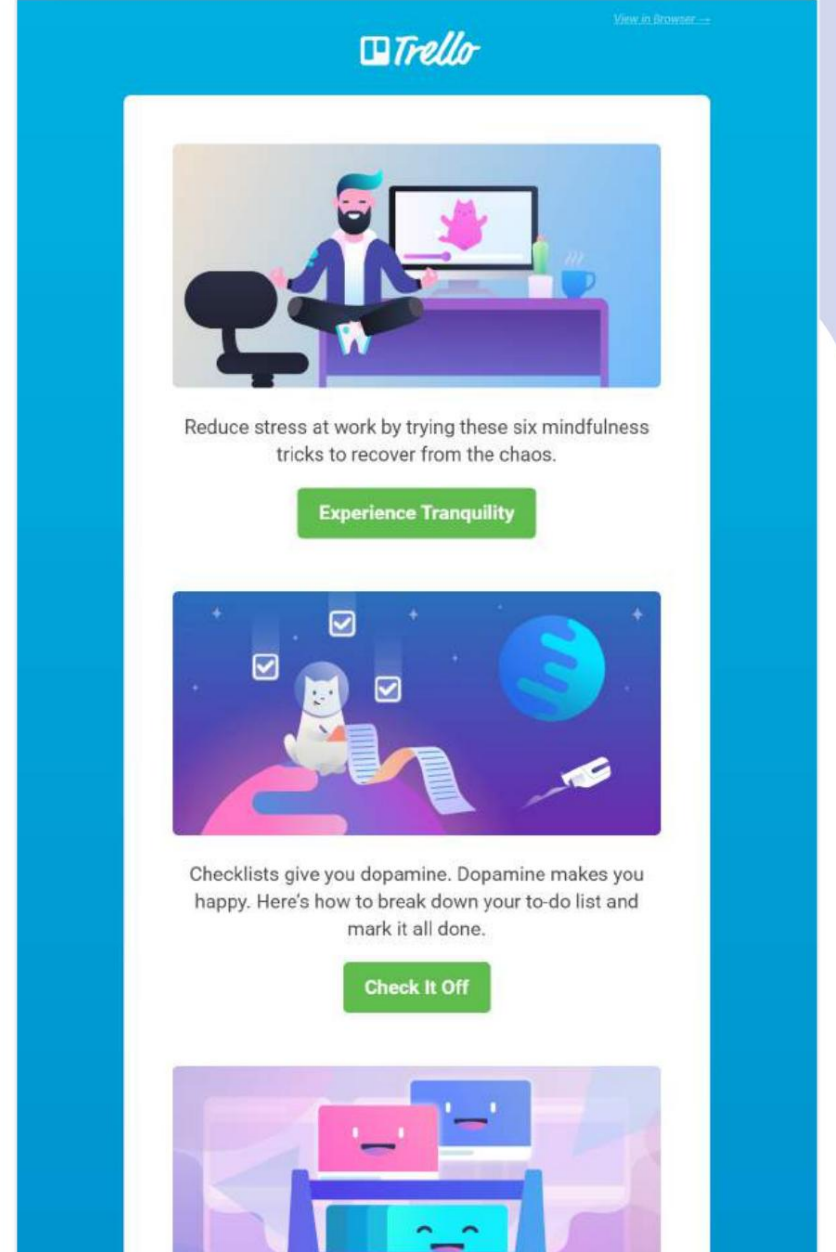
Taco from Trello <taco@trello.com> [Unsubscribe](#)  
to me ▾

## ব্র্যান্ডে থাকুন

আপনার ইমেল প্রাপকরা আপনার বার্তাটি খুললেই, তাদের জানা উচিত যে ইমেলটি আপনার কোম্পানি থেকে পাঠানো হয়েছে — অর্থাৎ আপনার ইমেলটি এমনভাবে ব্র্যান্ড করা উচিত যে বার্তাটি কে পাঠাচ্ছে তা জানতে তাদের দেখার দরকার নেই যে এটি আপনার ব্যবসা থেকে এসেছে।

আপনার বিপণন ইমেলের মাধ্যমে আপনার ব্র্যান্ডের ভয়েস এবং চেহারা বজায় রাখতে, আপনার ইমেল সামগ্রী, আপনার সামাজিক অ্যাকাউন্ট এবং আপনার ওয়েব সাইটের মাধ্যমে একটি সামঞ্জস্যপূর্ণ টোন ব্যবহার করতে ভুলবেন না। আপনার ইমেল ডিজাইনে একই রঙ এবং ফন্টগুলি অন্তর্ভুক্ত করুন যেমন আপনার সমস্ত প্ল্যাটফর্ম জুড়ে রয়েছে। এবং অবশ্যই, আপনার স্বাক্ষর লোগো বিশিষ্টভাবে প্রদর্শন করুন। ইমেল ডিজাইনের সাথে, সামঞ্জস্যতা গুরুত্বপূর্ণ। একটি সামঞ্জস্যপূর্ণ নকশা এবং টোন আপনার গ্রাহকদের মনে করিয়ে দেবে যে তারা আপনার ব্র্যান্ড সম্পর্কে সবচেয়ে বেশি কী পছন্দ করে, এর স্বতন্ত্রতা!

এখানে Trello থেকে একটি সুন্দরভাবে ডিজাইন করা, ব্র্যান্ডেড ইমেলের একটি উদাহরণ দেওয়া হল যা তাদের ব্র্যান্ডের ব্যক্তিত্ব এবং চরিত্র জুড়ে অন্তর্ভুক্ত করে।



The screenshot shows a Trello email newsletter with a blue header and a white background. The Trello logo is in the top right corner. The newsletter contains three articles, each with an illustration, a title, a short paragraph, and a green button.

**Article 1:** Illustration of a man meditating at a desk. Title: "Experience Tranquility". Text: "Reduce stress at work by trying these six mindfulness tricks to recover from the chaos."

**Article 2:** Illustration of a cat sitting on a desk with a checklist and a pen. Title: "Check It Off". Text: "Checklists give you dopamine. Dopamine makes you happy. Here's how to break down your to-do list and mark it all done."

**Article 3:** Illustration of a desk with a computer monitor and a keyboard. Title: "Check It Off".

## ব্যবহারকারীর অভিজ্ঞতা উন্নত করুন

বিশৃঙ্খল, অসংগঠিত ইমেল দ্বারা গ্রাহকদের বন্ধ করা হতে পারে।

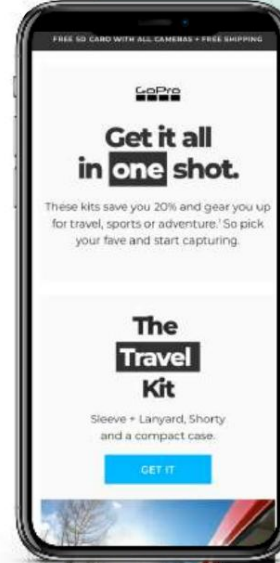
আপনার ইমেলটি মোকাবেলা করার জন্য খুব অপ্রতিরোধ্য এবং সময়সাপেক্ষ বলে মনে হবে এবং আপনি পরিত্যাগ করার সম্ভাবনা বাড়িয়ে তুলবেন।

পরিবর্তে, ব্যবহারকারীর অভিজ্ঞতার (UX) উপর নজর রেখে আপনার লেআউটটি সংগঠিত করুন।

সাদা স্থান ত্যাগ করুন এবং কৌশলগতভাবে ইমেলে আপনার লিখিত এবং ভিজ্যুয়াল সামগ্রী রাখুন যাতে এটি সংগঠিত এবং নেভিগেট করা সহজ হয়। এটি আপনার ইমেলের পেশাদার, চিত্তাশীল অনুভূতিকেও উন্নত করবে, যা নিশ্চিত করে যে পাঠকরা তাদের পছন্দের তথ্য খুঁজে পেতে সক্ষম হবেন এবং আপনার ব্যবসার ইমেলের সাথে তাদের মিথস্ক্রিয়া উপভোগ করতে পারবেন।

বিষয়বস্তু

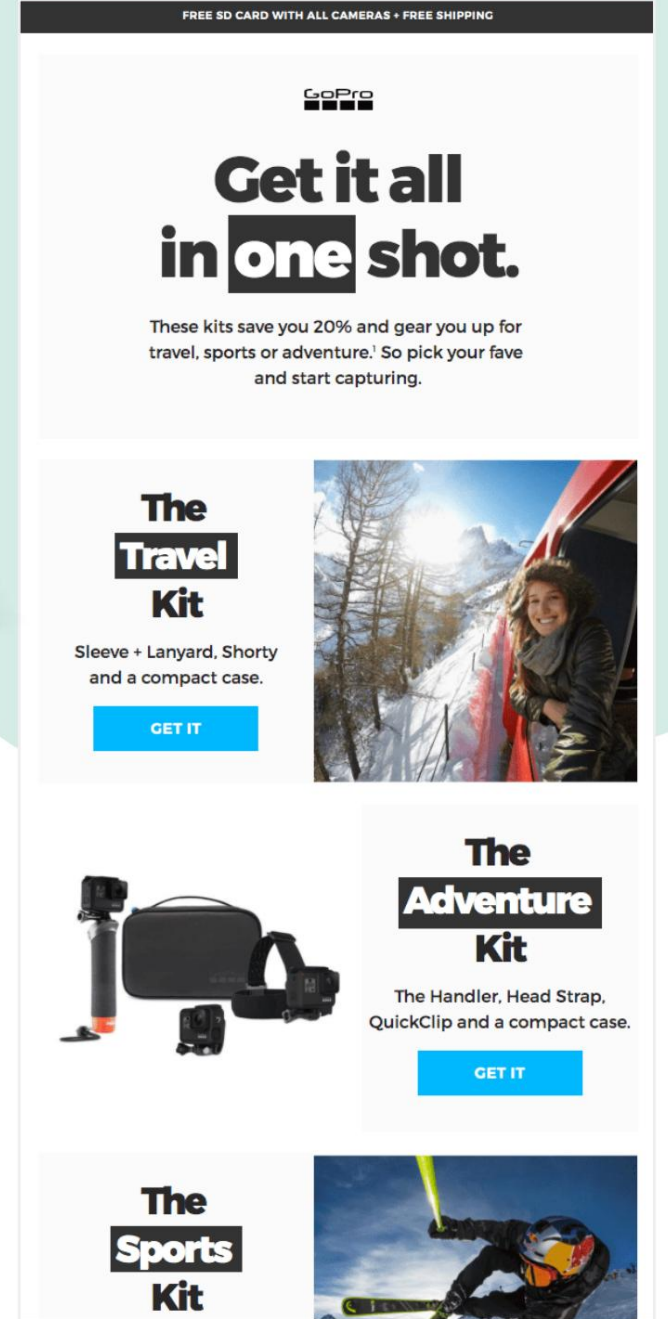
উপরন্তু, ব্যবহারকারীর অভিজ্ঞতা বাড়ানোর অর্থ হল একটি প্রতিক্রিয়াশীল ডিজাইন ব্যবহার করা। একটি প্রতিক্রিয়াশীল ডিজাইনের অর্থ হল আপনার ইমেলটি যে স্ক্রিনে দেখা হচ্ছে সেটির সাথে মানানসই করার জন্য ফর্ম্যাট পরিবর্তন করে, সেটি ডেস্কটপ, ল্যাপটপ বা মোবাইল ডিভাইসে হোক না কেন। প্রাপকরা আপনার ইমেলগুলি যেখানেই বা কীভাবে দেখছেন না কেন তারা সহজেই আপনার ইমেলগুলি পড়তে সক্ষম হবেন। প্রতিক্রিয়াশীল ডিজাইন ব্যবহারকারীর অভিজ্ঞতা বাড়ায় এবং ইমেল গ্রাহক ধরে রাখার উন্নতি করে।



### The Adventure Kit

The Handler, Head Strap, QuickClip and a compact case.

GET IT



## আপনার CTAs ভুলবেন না

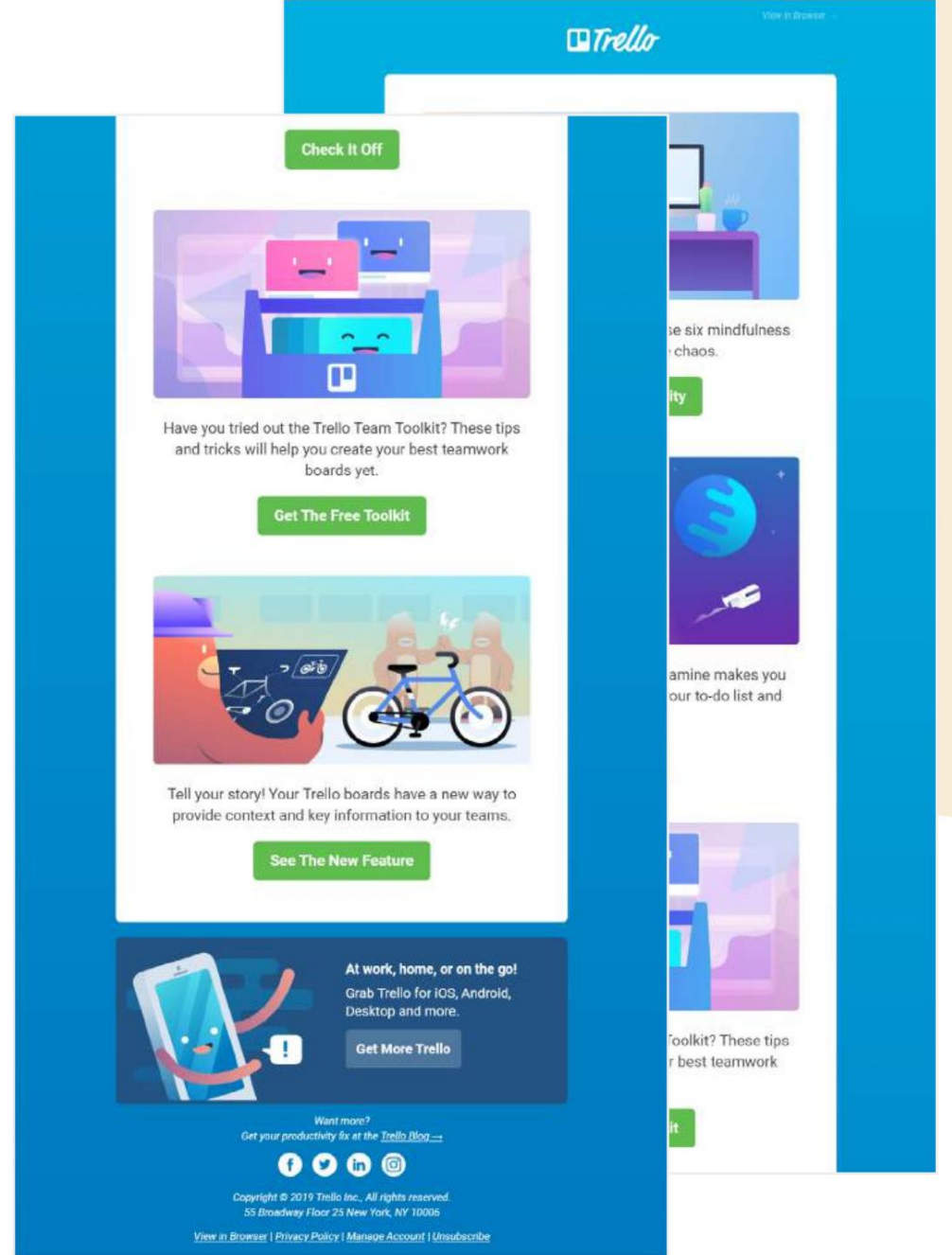
কল-টু-অ্যাকশন (CTAs) আপনার ইমেল প্রাপকদের রূপান্তর করতে ব্যবহার করা হয়। এগুলি আপনার প্রাপকদের সোশ্যাল মিডিয়াতে আপনাকে অনুসরণ করতে, আপনার ওয়েবসাইট দেখার জন্য বা অর্থপ্রদানকারী গ্রাহক হতে ব্যবহার করা হতে পারে। CTA গুলি দৃশ্যমান, লোভনীয় এবং স্পষ্টভাবে দেখাতে হবে কেন সেগুলি ক্লিক করা মূল্যবান। উপরন্তু, আপনি আপনার CTA গুলিকে নির্দিষ্ট প্রাপকদের জন্য উপযুক্ত করার জন্য ব্যক্তিগতকৃত করতে বেছে নিতে পারেন — এই কৌশলটি রূপান্তর বাড়াতে প্রমাণিত হয়েছে।

মনে রাখবেন, যতটা CTA কাজ করে প্রমাণিত হয়, আপনি সেগুলি কত ঘন ঘন ব্যবহার করছেন সেদিকে নজর রাখুন।

একটি ইমেলের অনেক বেশি CTA আপনার অভিজুত হতে পারে গ্রাহক এবং একে অপরকে বাতিল করুন। পরিবর্তে,

প্রতিটি ইমেলকে এক বা দুটি প্রাসঙ্গিক CTA এর চারপাশে ডিজাইন করুন আপনার ইমেলের লক্ষ্য আপনার বাড়াতে তাদের মিথস্ক্রিয়া সম্ভাবনা।

এখানে দেখুন কিভাবে Trello জুড়ে ছোট CTA ব্যবহার করে, তারপরে নীচে একটি বড়, কার্ড-স্টাইল CTA ব্যবহার করে।



The image shows a screenshot of a Trello email newsletter. The header features the Trello logo and a "View in Browser" link. The main content is divided into several sections, each with a green button:

- Check It Off:** A section with a colorful illustration of a person at a desk, a text block, and a "Check It Off" button. The text below reads: "Have you tried out the Trello Team Toolkit? These tips and tricks will help you create your best teamwork boards yet."
- Get The Free Toolkit:** A section with a colorful illustration of a person holding a tablet, a bicycle, and a person, a text block, and a "Get The Free Toolkit" button. The text below reads: "Tell your story! Your Trello boards have a new way to provide context and key information to your teams."
- See The New Feature:** A section with a colorful illustration of a person holding a tablet, a text block, and a "See The New Feature" button. The text below reads: "At work, home, or on the go! Grab Trello for iOS, Android, Desktop and more."

At the bottom, there is a footer with social media icons (Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram), a "Want more? Get your productivity fix at the Trello Blog" link, and copyright information: "Copyright © 2019 Trello Inc., All rights reserved. 55 Broadway Floor 25 New York, NY 10006". There are also links for "View in Browser", "Privacy Policy", "Manage Account", and "Unsubscribe".

# ইমেইল মার্কেটিং মেট্রিক্স

আপনার ইমেইল বিপণন প্রচেষ্টার পরিমাপ করতে, আপনি কয়েকটি গুরুত্বপূর্ণ মেট্রিক্স ট্র্যাক করতে চাইবেন। আপনি কোন মেট্রিক্স পরিমাপ করবেন তা আপনার লক্ষ্যের উপর নির্ভর করবে। আপনার কোম্পানির ইমেইল বিপণনের লক্ষ্য অন্য কোম্পানির লক্ষ্য থেকে খুব আলাদা হতে পারে, এমনকি আপনার মতো একটি। আসলে, এটি সময়ের সাথে সাথে আপনার নিজের কোম্পানির মধ্যেও পরিবর্তিত হতে পারে।

এখানে কয়েকটি গুরুত্বপূর্ণ ইমেইল মেট্রিক্স রয়েছে যা আপনার ট্র্যাক করা উচিত:

## ক্লিকথ্রু রেট

শতাংশ হিসাবে প্রকাশ করা হলে, CTR আপনার ইমেইল খোলার মোট সংখ্যার সাথে আপনার এক বা একাধিক লিঙ্কে ক্লিক করা লোকেদের অনুপাতকে প্রতিনিধিত্ব করে। আপনার পাঠকদের জন্য আপনার সামগ্রী কতটা আকর্ষণীয় তা CTR আপনাকে তাৎক্ষণিক অন্তর্দৃষ্টি দেয়।

### PRO টিপ

যদি আপনার ক্লিকথ্রু রেট এখনও আপনি যেখানে চান সেখানে না থাকলে, আপনি সঠিক লোকেদের কাছে সবচেয়ে প্রাসঙ্গিক বিষয়বস্তু পাঠাচ্ছেন তা নিশ্চিত করতে আপনার ইমেইল তালিকা বিভাজনটি পুনরায় দেখুন। লোকেরা কোন লিঙ্কগুলিতে ক্লিক করছে তা লক্ষ্য করুন, তারপরে যে আনুষঙ্গিক লিঙ্কগুলি পাচ্ছেন না তা সরিয়ে দিন যতটা ভালবাসা।

## রূপান্তর হার

আপনার ইমেইলে একটি লিঙ্ক অনুসরণ করার পরে যখন একজন পাঠক পদক্ষেপ নেয় তখন একটি রূপান্তর রেকর্ড করা হয়। আপনার CTR এর মতই, এটি শতাংশ হিসাবে পরিমাপ করা হয়। তাই যদি আপনার ইমেইলের লক্ষ্য হয় পাঠকদের আপনার পরবর্তী ওয়েবিনারে সাইন আপ করতে এবং 10,000 জনের মধ্যে 300 জন পাঠক আসলে সাইন আপ করেন, তাহলে আপনার রূপান্তর হার 3% হবে।

### PRO টিপ

আপনার রূপান্তর হার বাড়ানোর জন্য, আপনার গ্রাহকদের জন্য ইমেইল পড়ার ইমেইলগুলিকে যতটা সম্ভব সহজে রূপান্তরিত করতে লোভনীয় CTA সহ মোবাইল-অপ্টিমাইজ করা ইমেইল তৈরি করার চেষ্টা করুন।

## বহিষ্কারের হার

একটি ইমেল বাউন্স যে কোনো সময় একটি ইমেল বিতরণ করা যাবে না ঘটবে। এই বাউন্সগুলি পরিস্থিতির উপর নির্ভর করে "কঠিন" বা "নরম" হিসাবে আলাদা করা হয়। একটি হার্ড বাউন্স হয়

নিষ্ক্রিয়, বন্ধ, বা ভুল ইমেল ঠিকানার কারণে। এই

ক্রয় করা তালিকার একটি সাধারণ সমস্যা। হার্ড বাউন্স ভবিষ্যতে ইমেল বিতরণ করা থেকে বাধা দেয় এবং আপনার ব্র্যান্ডের জন্য বড় (এবং কখনও কখনও দীর্ঘস্থায়ী) সমস্যা সৃষ্টি করতে পারে।

একটি নরম বাউন্স কম গুরুতর এবং স্থায়ী নয়; এটি ঘটে যখন আপনার প্রাপকের একটি সম্পূর্ণ ইনবক্স থাকে বা তাদের ইমেল সার্ভার ডাউন থাকে, উদাহরণস্বরূপ। যখন এটি ঘটে তখন আপনার কাছে দুটি বিকল্প থাকে: প্রদানকারী সমস্যাটি সমাধান করে এবং আপনার বার্তা প্রদান করে কিনা তা দেখার জন্য অপেক্ষা করুন, অথবা আপনার বার্তাটি যেকোনও কাছে পাঠান

একটি নরম বাউন্স দিয়ে চিহ্নিত ঠিকানা।

### PRO টিপ

একটি হার্ড বাউন্স ঘটলে, অবিলম্বে আপনার গ্রাহক তালিকা থেকে সেই ইমেলটি সরিয়ে দিন। একটি নরম বাউন্সের বিরুদ্ধে লড়াই করার জন্য, আপনার ইমেলটি আপনার পাঠকের কাছে পৌঁছে দেওয়া হয়েছে তা নিশ্চিত করতে প্রমাণীকরণ করুন এবং মাঝে মাঝে আপনার গ্রাহকদের তালিকা থেকে মুক্তি দিন যারা আপনার ব্র্যান্ডের সাথে ইন্টারঅ্যাক্ট করেননি

কিছু সময়

## তালিকা বৃদ্ধির হার

আপনার তালিকার বৃদ্ধি ট্র্যাক করতে, আপনার ইমেল তালিকা যে হারে বৃদ্ধি পাচ্ছে তার দিকে আপনাকে মনোযোগ দিতে হবে। আপনার ইমেল বিপণন ডাটাবেস স্বাভাবিকভাবেই প্রতি বছর প্রায় 22.5% হ্রাস পাবে কারণ লোকেরা চাকরি পরিবর্তন করে, পুরানো ইমেল ঠিকানাগুলি পরিত্যাগ করে এবং সদস্যতা ত্যাগ করে, যা আপনার তালিকা বৃদ্ধি করে এবং এই মেট্রিকের দিকে মনোযোগ দেওয়া আরও গুরুত্বপূর্ণ করে তোলে।

আপনি প্রতি বছর নতুন লিড সহ আপনার পরিচিতি ডাটাবেস রিফ্রেশ না করা পর্যন্ত, আপনার বিপণন কৌশল একটি মৃত সম্পদের উপর ভিত্তি করে করা হবে।

### PRO টিপ

আপনার তালিকা বাড়াতে, উপহার দেওয়ার চেষ্টা করুন অথবা নতুন গ্রাহকদের জন্য প্রতিযোগিতা। অন-ব্র্যান্ড ইনসেন্টিভ আপনার দিতে একটি মহান উপায় ইমেইল তালিকা একটি গ্রাহক বৃদ্ধি.

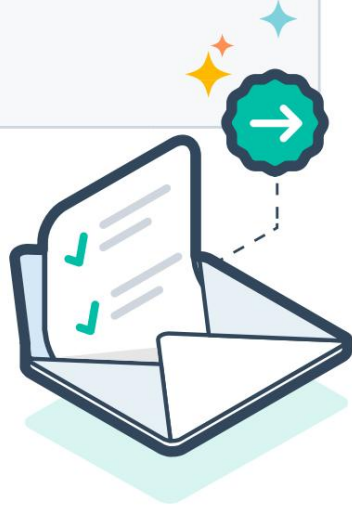


## ইমেল ফরওয়ার্ডিং রেট

এই গুরুত্বপূর্ণ পরিসংখ্যান শতাংশ প্রতিনিধিত্ব করে পাঠকদের মধ্যে যারা একটি "শেয়ার দিস" বাটনে ক্লিক করেছেন বা একটি "একজন বন্ধুকে ফরোয়ার্ড করুন" লিঙ্ক। উভয় ক্ষেত্রেই, আপনার ইমেল প্রাপকরা আপনাকে নতুন লিড তৈরি করতে সাহায্য করার জন্য আপনার ব্র্যান্ডের বার্তা ছড়িয়ে দিচ্ছে। বৃদ্ধি-কেন্দ্রিক ব্র্যান্ড এবং যারা ধর্মপ্রচারক তৈরি করতে চায় তাদের সাফল্যের জন্য এই উভয় সংখ্যার উন্নতি করতে হবে।

### PRO টিপ

আপনার ইমেল ফরওয়ার্ডিং রেট বাড়ানোর জন্য, প্রতিটি ইমেলের শেষে একটি ছোট CTA অন্তর্ভুক্ত করুন যাতে গ্রাহকদের আপনার বার্তা বন্ধুর সাথে শেয়ার করার জন্য অনুরোধ করা হয়। কখনও কখনও গ্রাহকদের আপনার ইমেল ভাগ করার জন্য ফরোয়ার্ডিং-দিক-নির্দেশে একটু ধাক্কা লাগে।



## ROI (বিনিয়োগের উপর রিটার্ন)

ইমেল বিপণনের জন্য ROI আপনি ইতিমধ্যে যা ব্যবহার করেছেন তার থেকে আলাদা নয়: আপনি ইমেল বিপণনের মাধ্যমে প্রতিটি ধরণের কতগুলি লিড তৈরি করেছেন? কিভাবে এটি সম্ভাব্য রাজস্ব অনুবাদ করে? প্রকৃত আয়? এই ধরনের মেট্রিক্স যা আপনাকে আপনার বস এবং আপনার বিক্রয় দলকে দেখাতে সাহায্য করবে যে একটি চ্যানেল হিসাবে ইমেল মার্কেটিং কতটা মূল্যবান, যা বাস্তব, বাস্তব ফলাফলগুলি চালায়। আপনি আপনার ইমেল বিপণন এবং আপনার ইতিবাচক বিক্রয় সংখ্যার মধ্যে সরাসরি কালো এবং সাদা মধ্যে একটি সম্পর্ক খুঁজে পেতে সক্ষম হওয়া উচিত।

### PRO টিপ

আপনার বিপণন ইমেলগুলির জন্য ROI সর্বাধিক করতে, পাঠান। আপনার ইমেল যে দিন তাদের সবচেয়ে বেশি আছে ব্যস্ততা আপনার ইমেল কর্মক্ষমতা ট্র্যাক করুন যতক্ষণ না আপনি নির্ধারণ করেন যে কোন দিনের ইমেলগুলি সর্বোত্তম কার্য সম্পাদন করে। সোমবার সকাল থেকে বুধবার বিকেল পর্যন্ত আপনার সাপ্তাহিক নিউজলেটার সরানো এমন সিদ্ধান্ত হতে পারে যা আপনার ROI কে ক্যাটাপল্ট করে পরবর্তী স্তরে

## কমপ্লায়েন্ট থাকা

ক্যান-স্প্যাম (কন্ট্রোলিং দ্য অ্যাসাল্ট অফ নন-সলিসিটেড পর্বোগ্রাফি অ্যান্ড মার্কেটিং) এমন একটি কাজ যা প্রাপকদের তাদের ইমেল করা বন্ধ করার অধিকার দেয়। এই আইন লঙ্ঘন করলে প্রতি ইমেল \$16,000 পর্যন্ত জরিমানা হতে পারে। উপরন্তু, 2018 সালের মে মাসে, ইউরোপীয় ইউনিয়ন জেনারেল ডেটা প্রোটেকশন রেগুলেশন (GDPR) কার্যকর করেছে। এই সিদ্ধান্তটি শীঘ্রই মার্কিন যুক্তরাষ্ট্র এবং অন্যান্য দেশগুলি তাদের নিজস্ব গোপনীয়তা নীতি এবং আইন প্রয়োগ করে যা GDPR প্রয়োজনীয়তায় বর্ণিত প্রবিধানগুলিকে প্রতিফলিত করে।

এই আইন লঙ্ঘনের জন্য জরিমানা এড়াতে, সর্বদা এই নিয়মগুলি মনে রাখবেন:



টিপ #1

### একটি আনসাবস্কাইব লিঙ্ক অন্তর্ভুক্ত করুন

লোকেদের আপনার তালিকা ছেড়ে যাওয়ার সুযোগ দেওয়ার জন্য এটি বিপরীতমুখী বলে মনে হতে পারে তবে এটি আসলে একটি ভাল জিনিস। আপনার তালিকায় এমন কাউকে রাখার কোন মানে নেই যে সেখানে থাকতে চায় না। এবং আপনি লোকেদের পক্ষে এটি কঠিন করে কম খোলা এবং ব্যস্ততার হার দেখতে পাবেন

সদস্যতা ত্যাগ করুন

ব্যবহারকারীরা আপনার ইমেলের নীচে সেই লিঙ্কটি আঘাত করার পরে সদস্যতা ত্যাগ করা যতটা সম্ভব সহজ করুন। যদি প্রাপকদের বেশ কয়েকটি ছপ এবং অগণিত প্রেমের মধ্য দিয়ে যেতে হয়, তবে তারা প্রক্রিয়াটিকে জামিন দেওয়ার এবং আপনার ইমেলগুলিকে স্প্যাম হিসাবে ফ্ল্যাগ করার সম্ভাবনা বেশি। আবার, এটি শুধুমাত্র আপনার প্রেরকের বিশ্বাসযোগ্যতাকে ক্ষতিগ্রস্ত করবে।

টিপ #2

### যারা সদস্যতা ত্যাগ করেছেন তাদের সরান

এর পরে, CAN-SPAM প্রবিধান অনুযায়ী, আপনাকে 10 কর্মদিবসের মধ্যে যারা আপনার তালিকা থেকে সদস্যতা ত্যাগ করেছেন তাদের শারীরিকভাবে সরাতে হবে। সাধারণভাবে বলতে গেলে, আপনার ইমেল পরিষেবা প্রদানকারীর এমন একটি বৈশিষ্ট্য থাকা উচিত যা এই প্রক্রিয়াটিকে স্বয়ংক্রিয় করতে সহায়তা করে যাতে আপনাকে প্রতিবার ম্যানুয়ালি এটি করতে আটকে যেতে না হয়।

টিপ #3

## আপনার শারীরিক অবস্থান অন্তর্ভুক্ত করুন আপনার ইমেইল স্বাক্ষর

অনেক ইমেল প্রদানকারী এটিকে একটি প্রয়োজনীয় বৈশিষ্ট্য হিসাবে তৈরি করছে, কিন্তু তাদের সবাই এখনও এটি প্রয়োগ করেনি। যেভাবেই হোক, আপনার ইমেলগুলিতে সর্বদা আপনার শারীরিক অবস্থান (একটি বৈধ ডাক ঠিকানার আকারে) অন্তর্ভুক্ত করা উচিত। যদিও এটি গুরুত্বহীন বলে মনে হতে পারে, এটি আপনার ব্র্যান্ডে স্বচ্ছতা দেখানোর একটি আদর্শ উপায়। একটি সাধারণ ঠিকানা আপনার পাঠকদের জন্য বিশ্বাস তৈরি করে এবং প্রমাণ করে যে আপনি আপনার ইমেল পরিষেবা প্রদানকারীর কাছে একজন বিশ্বাসযোগ্য, জবাবদিহিমূলক প্রেরক।



টিপ #4

## কীভাবে ব্লকলিস্ট হওয়া এড়ানো যায়

যখন কেউ আপনার ইমেলকে স্প্যাম হিসেবে চিহ্নিত করে, তখন তারা মূলত আপনাকে কালো তালিকাভুক্ত করে। এটি ভবিষ্যতে তাদের কাছে পৌঁছানো অত্যন্ত কঠিন করে তোলে কারণ আপনার ইমেলগুলি স্বয়ংক্রিয়ভাবে ফিল্টার আউট হয়ে যাবে। দুর্ভাগ্যবশত, কখনও কখনও এমনকি CAN-SPAM অনুগত ইমেলগুলি জাল ফোল্ডারে চলে যায়।

এটি এড়াতে, আপনার প্রাপকদের আপনার ইমেলগুলিকে অনুমতি দেওয়ার জন্য বলা গুরুত্বপূর্ণ। একটি অনুমোদিত তালিকা একটি কালো তালিকার বিপরীতভাবে কাজ করে: ব্যক্তির পরিচিতি বা ঠিকানা বইতে প্রেরকের ইমেল ঠিকানা যোগ করে, আপনার প্রাপকরা আপনার ইমেলগুলিকে আবর্জনার পরিবর্তে বিশ্বস্ত এবং গুরুত্বপূর্ণ হিসাবে চিহ্নিত করবে।

গ্রাহকদের তাদের ঠিকানা বইতে আপনার ইমেল যোগ করার জন্য জিজ্ঞাসা করার একটি উপায়? আপনার কৃতজ্ঞতা বার্তায় তাদের জিজ্ঞাসা করুন যেটি পপ আপ যখনই একজন দর্শক আপনার তালিকায় সদস্যতা নেয়। আপনি যদি এই গুরুত্বপূর্ণ পদক্ষেপটি এড়িয়ে যান, তবে অনেক পাঠক আপনার বার্তাগুলি মিস করতে পারে যদিও তারা আসলে আপনার কাছ থেকে শুনতে চায়।





## অভিনন্দন, আপনি এখন ইমেল মার্কেটিং এ আপনার হাত চেষ্টা করার জন্য প্রস্তুত!

আপনার বেলেটের নীচে ইমেল বিপণনের মূল বিষয়গুলির সাথে, এটি ইমেলের সুবিধা নেওয়ার সময় - আপনার ব্র্যান্ডের সবচেয়ে শক্তিশালী বিপণন সরঞ্জামগুলির মধ্যে একটি। এই ইবুকের টিপসগুলি অনুসরণ করুন এবং আপনি দেখতে পাবেন যে অল্প সময়ের মধ্যে একটি ইতিবাচক ROI দেখতে আপনাকে একজন অভিজ্ঞ ইমেল বিপণন বিশেষজ্ঞ হতে হবে না।

শুরু করার জন্য, আপনার ইমেল তালিকা তৈরিতে কাজ করুন যাতে আপনি শেষ পর্যন্ত এমন একটি শ্রোতাকে লালন-পালন করতে এবং বিকাশ করতে পারেন যারা আপনার অফার করার বিষয়ে অত্যন্ত নিযুক্ত এবং আগ্রহী।

তারপরে, যত তাড়াতাড়ি সম্ভব আপনার তালিকাকে কীভাবে ভাগ করতে হয় তা খুঁজে বের করুন যাতে আপনি স্বয়ংক্রিয় বার্তাগুলি সরবরাহ করতে পারেন যা আপনার বিক্রয় ফানেলে কোথায় রয়েছে তার উপর নির্ভর করে আপনার পাঠকদের প্রয়োজনের জন্য বিশেষভাবে উপযুক্ত। এবং আপনার ইমেল এবং অফারগুলি আপনার দর্শকদের সাথে কতটা ভালভাবে অনুরণিত হচ্ছে তা পরিমাপ করতে আমরা যে গুরুত্বপূর্ণ মেট্রিকগুলি কভার করেছি তা নিরীক্ষণ করুন।

আপনি যখন এই সমস্তটি সম্পূর্ণ করবেন, তখন আপনার সফল প্রচারাভিযানগুলি তৈরি করার জন্য আপনার কাছে ইমেল বিপণনের একটি শক্ত ভিত্তি থাকবে। শুভকামনা!

