

# Emails Reachability

# Email Marketing

(ଇମେଲଗୁଡ଼ିକ ଉପଲବ୍ଧତା ।)



**Ladies, ladies, ladies.**  
This is our first massive event since our flagship event on June 26 - we took a couple weeks to read and review, and are now back to work, in so many ways. You're streamlining our Gazette to make sure you get what you need. And in these digital days, no one needs to spend more time in their inbox than is absolutely necessary. A dash of education, a splash of entertainment, and a sprinkle relevant news and insight to make your presence be to absolute level. So we've got to it.  
via Tia, Founder

**In the news**  
The US Supreme Court just decided that employers can refuse to cover reproductive healthcare needs like birth control in their employee benefits, if their religion is opposed to women's bodily autonomy. All you can imagine, this is a total setback for women's rights, and affordable healthcare. [Read more](#) on the issue.

**In your feed**  
Getting in the spirit. Via [@hasanofatascorobooks](#)



**In the powder room**  
During ReGrate we voted on our favorite brands who are standing by their values throughout first COVID, and now the Black Lives Matter movement, Vogue, Anthropologie, Gap, Patagonia, and more. [Read more](#) on the issue.



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.  
35 Broadway Floor 25 New York, NY 10006



fresh new photography

JUST IN!

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 WAVES XXVIII



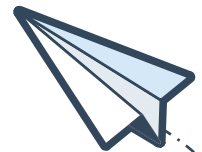
Everything you need to eat healthy.

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 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.

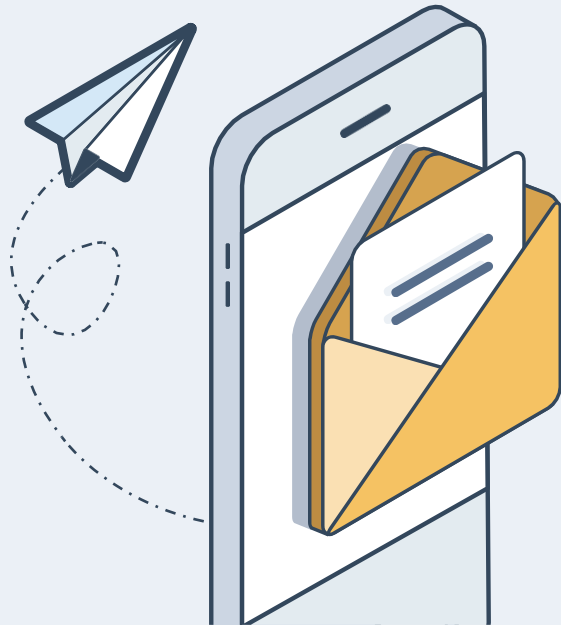
Click [here](#) to enter.





# Table of Contents

Introduction	04
The Types of Marketing Emails	06
Getting Set Up	12
Email Design Tips	17
Email Marketing Metrics	21
Staying Compliant	24
Conclusion	27



## Introduction

ବିଗତ କିଛି ବର୍ଷ ମଧ୍ୟରେ, ଇମେଲ ମାର୍କେଟିଂ ଆପଣଙ୍କ କମ୍ପାନୀର ଡିଜିଟାଲ ମାର୍କେଟିଂ କ୍ଷ୍ମାଚେତନା ସିଡ଼ିରେ ଆଉ ଏକ ଅନାବଶ୍ୟକ ଆବଶ୍ୟକତାକୁ ଚାଲିଯାଇଛି । ଭଲ ଖବର ହେଉଛି: 99% ଗ୍ରାହକ ପ୍ରତିଦିନ ସେମାନଙ୍କର ଇମେଲ ଯାଞ୍ଚ କରନ୍ତି । ଖରାପ ଖବର ହେଉଛି: ବହୁ ସଂଖ୍ୟକ ବ୍ରାଣ୍ଡ ବିନିଯୋଗ କରୁଛନ୍ତି ।

ଇମେଲ ମାର୍କେଟିଂ, ଆପଣଙ୍କର ଯୋଗାଯୋଗର ଧାନ ଆକର୍ଷଣ କରିବା ଏବଂ ସେମାନଙ୍କୁ ଅର୍ଥପୂର୍ଣ୍ଣ ବାର୍ତ୍ତାଳାପରେ ନିୟୋଜିତ କରିବା ପୂର୍ବାପେକ୍ଷା କଷ୍ଟକର ।

ଏକ ସଫଳ ଇମେଲ ମାର୍କେଟିଂ ଅଭିଯାନ କାର୍ଯ୍ୟକାରୀ କରିବା ଯେତିକି ସହଜ ସେତିକି ସହଜ ନୁହେଁ । ଇମେଲ୍ ମାର୍କେଟିଂ ଚେଷ୍ଟା କରିଥିବା ବ୍ୟକ୍ତି ଜାଣନ୍ତି ଯେ ଏହା ଏକ ମେସେଜ୍ ଶୀଘ୍ର ଡ୍ରାଫ୍ଟ କରିବା ଏବଂ ପ୍ରେରଣ କରିବା ଭଳି ସରଳ ନୁହେଁ । ସୁନିଶ୍ଚିତ କରିବା ପରେ ଆପଣ CAN- ସ୍ପାମ୍ ନିୟମାବଳୀ ପାଳନ କରୁଛନ୍ତି, ଆପଣଙ୍କୁ ସଠିକ୍ ଉପକରଣ ଏବଂ ସଫ୍ଟୱେର୍ ଆକ୍ସେସ୍ କରିବାକୁ ପଡ଼ିବ, ଆକର୍ଷଣୀୟ ଏବଂ ଆକର୍ଷଣୀୟ ଇମେଲଗୁଡ଼ିକ ଡିଜାଇନ୍ କରିବାକୁ, ବିଭିନ୍ନ ଭିନ୍ନ ପରିସ୍ଥିତି ପାଇଁ ବିଭିନ୍ନ ପ୍ରକାରର ଇମେଲ ସୃଷ୍ଟି କରିବାକୁ ଏବଂ ଆପଣଙ୍କର ମେଟ୍ରିକ୍ ଟ୍ରାକ୍ କରିବାକୁ ପଡ଼ିବ ।

ଆଜି, ଏକ ସଫଳ ଇମେଲ ମାର୍କେଟିଂ କ strategy ଶିଳ ତିଆରି କରିବାର ଚାହିଦା ହେଉଛି ସମ୍ପର୍କ ସହିତ ବିଶ୍ୱାସ ସୃଷ୍ଟି କରିବା ଏବଂ ସେମାନଙ୍କ ସହିତ ପ୍ରକୃତ, ଦୀର୍ଘସ୍ଥାୟୀ ସମ୍ପର୍କ ଗ building ୀବା । ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ଇମେଲ ମାର୍କେଟିଂ ସମୟ, ପ୍ରୟାସ, ଶୁଣିବା, ଆନାଲିଟିକ୍ସ ଏବଂ ଏକ ରଣନୀତି ଆବଶ୍ୟକ କରେ । କିନ୍ତୁ ବ୍ୟସ୍ତ ହୁଅନ୍ତୁ ନାହିଁ: ଇମେଲ୍ ମାର୍କେଟିଂ ସହିତ କିପରି ଆରମ୍ଭ ହେବ ଏହି ଗାଇଡ୍ ଆପଣଙ୍କୁ ପର୍ଯ୍ୟାୟ କ୍ରମେ ନେଇଯିବ ।

# The Types of Marketing Emails (ମାର୍କେଟିଂ ଇମେଲଗୁଡ଼ିକର ପ୍ରକାରଗୁଡ଼ିକ )

ସବୁଠାରୁ ସଫଳ ମାର୍କେଟିଂ ଇମେଲଗୁଡ଼ିକ ଏକ ଲକ୍ଷ୍ୟ ସ୍ଥିର କରିବ । କେଉଁ ପ୍ରକାରର ନିଷ୍ପତ୍ତି ନେବାରେ ଆପଣଙ୍କୁ ସାହାଯ୍ୟ କରିବାକୁ ମାର୍କେଟିଂ ଇମେଲ ଆପଣଙ୍କୁ ସର୍ବୋତ୍ତମ ସାହାଯ୍ୟ କରିବ । ତୁମର ଲକ୍ଷ୍ୟ ହାସଲ କର, ମେଜର ପାଇଁ ପଢ଼ନ୍ତୁ । ମାର୍କେଟିଂ ଇମେଲ ପ୍ରକାରଗୁଡ଼ିକ ।

ସବୁଠାରୁ ସଫଳ ମାର୍କେଟିଂ ଇମେଲଗୁଡ଼ିକ ଏକ ଲକ୍ଷ୍ୟ ସ୍ଥିର କରିବ । କେଉଁ ପ୍ରକାରର ନିଷ୍ପତ୍ତି ନେବାରେ ଆପଣଙ୍କୁ ସାହାଯ୍ୟ କରିବାକୁ ମାର୍କେଟିଂ ଇମେଲ ଆପଣଙ୍କୁ ସର୍ବୋତ୍ତମ ସାହାଯ୍ୟ କରିବ । ତୁମର ଲକ୍ଷ୍ୟ ହାସଲ କର, ମେଜର ପାଇଁ ପଢ଼ନ୍ତୁ । ମାର୍କେଟିଂ ଇମେଲ ପ୍ରକାରଗୁଡ଼ିକ ।

ଆପଣ କାହିଁକି ଏକ ଇମେଲ ପଠାଉଛନ୍ତି? (ଟିପ୍ପଣୀ: ଏହା ନୁହେଁ କାରଣ “ସମସ୍ତେ ଇମେଲ ପଠାଉଛନ୍ତି” - ଆପଣ କାହିଁକି ଏକ ଇମେଲ ପଠାଇବାକୁ ଚାହୁଁଛନ୍ତି ସେ ବିଷୟରେ ଚିନ୍ତା କରନ୍ତୁ ।)

ଆପଣଙ୍କର ଇମେଲ ମାର୍କେଟିଂ ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ ନିର୍ଣ୍ଣୟ କରିବାକୁ, ନିଜ ପାଇଁ ଏହି ପ୍ରଶ୍ନର ଉତ୍ତର ଦିଅନ୍ତୁ: ଆପଣ ଆପଣଙ୍କର ଇମେଲ ମାର୍କେଟିଂ ଅଭିଯାନ ମାଧ୍ୟମରେ କ’ଣ ହାସଲ କରିବାକୁ ଆଶା କରନ୍ତି? କେଉଁ ପ୍ରକାରର ମାର୍କେଟିଂ ଇମେଲ ପଠାଇବା ଉଚିତ ତାହା ତୁମର ଉଦ୍ଦେଶ୍ୟ

ଲକ୍ଷ୍ୟ ସ୍ଥିର କରିବ । କେଉଁ ପ୍ରକାରର ନିଷ୍ପତ୍ତି ନେବାରେ ଆପଣଙ୍କୁ ସାହାଯ୍ୟ କରିବାକୁ ମାର୍କେଟିଂ ଇମେଲ ଆପଣଙ୍କୁ ସର୍ବୋତ୍ତମ ସାହାଯ୍ୟ କରିବ । ତୁମର ଲକ୍ଷ୍ୟ ହାସଲ କର, ମେଜର ପାଇଁ ପଢ଼ନ୍ତୁ । ମାର୍କେଟିଂ ଇମେଲ ପ୍ରକାରଗୁଡ଼ିକ ।



## Newsletters

ଦ୍ରୁପଦଲେଟର ହେଉଛି ଏକ ଇମେଲ ଯାହାକି ତୁମେ ତୁମର  
ଇମେଲ ଡାଲିକାର କିଛି ବିଭାଗକୁ ନିୟମିତ ପଠାଉଛ ଯାହା  
ତୁମର ଲିଡ ଏବଂ ଗ୍ରାହକଙ୍କ ସହିତ ଯୋଗାଯୋଗ ଏବଂ ସମ୍ପର୍କ  
ସ୍ଥାପନ କରିବାରେ ସାହାଯ୍ୟ କରେ । ସାଧାରଣତ ,, ଏହି  
ସମ୍ବାଦ ଚିଠିଗୁଡ଼ିକ ଆପଣ ସୃଷ୍ଟି କରିଥିବା ସାମ୍ପ୍ରତିକ  
ବିଷୟବସ୍ତୁର ସାରାଂଶ ଏବଂ ଘୋଷଣା କିମ୍ବା ଅଦ୍ୟତନ ପାଇଁ  
ଏକ ସ୍ଥାନ । ସେମାନେ ମାର୍କେଟିଂ ଇମେଲର ଏକ ଲୋକପ୍ରିୟ  
ପ୍ରକାରର, କିନ୍ତୁ ପ୍ରତ୍ୟେକ ବ୍ରାଣ୍ଡର ଏକ ସମ୍ବାଦ ଚିଠିର  
ଆବଶ୍ୟକତା ନାହିଁ ।

ଯଦି ଆପଣ ନିଜ ସାଇଟକୁ ଲିଡ୍ ଏବଂ ଗ୍ରାପିକ୍ ସୃଷ୍ଟି କରିବାକୁ,  
ସମ୍ପର୍କ ବଜାୟ ରଖିବାକୁ, ଉନ୍ନତ ଯୋଗ୍ୟତା ଲିଡ୍ ଏବଂ ଅଧିକ  
ଡିଲ୍ ବନ୍ଦ କରିବାକୁ ଚେଷ୍ଟା କରୁଛନ୍ତି ତେବେ ଏକ ସମ୍ବାଦ ଚିଠି  
ଲାଭଦାୟକ ହୋଇପାରେ । ଯଦି ଆପଣଙ୍କର ବ୍ରାଣ୍ଡର  
ଲକ୍ଷ୍ୟଗୁଡ଼ିକ ମଧ୍ୟରୁ କ with ଶସିତି ସହିତ ଲାଭନ୍ ହୁଏ,  
ତେବେ ଆପଣଙ୍କୁ ଫ୍ରିଲାନ୍ସିଂ ମହିଳାମାନଙ୍କ ପରି ହତ୍ୟାକାରୀ  
ଇମେଲ୍ ଦ୍ରୁପଦଲେଟର ଶିଳ୍ପ କରିବାକୁ ପଡ଼ିବ ।

## Lead Nurturing Emails(ଲିଡ଼ ପୋଷଣ ଇମେଲଗୁଡ଼ିକ )

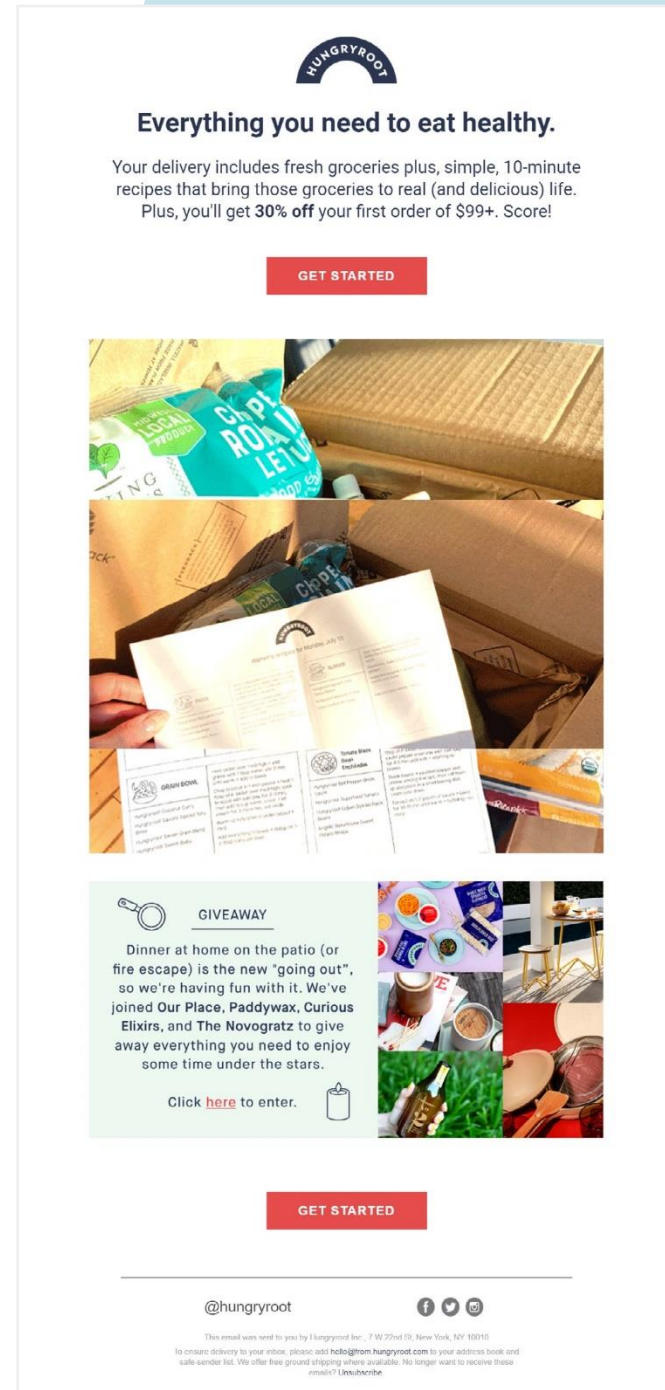
ଲିଡ଼ ପୋଷଣ ଇମେଲଗୁଡ଼ିକ ସାଧାରଣତଃ ଏକ ସଂଯୁକ୍ତ ଶୃଙ୍ଖଳାର ଏକ ଅଂଶ ଯାହାକି ଉପଭୋକ୍ତାମାନଙ୍କୁ ଆପଣଙ୍କର ବିକ୍ରୟ ଫନେଲକୁ ଅଧିକ ମାର୍ଗଦର୍ଶନ କରିଥାଏ ।

ଯେତେବେଳେ ଏକ ଉପଭୋକ୍ତା ଏକ ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ କାର୍ଯ୍ୟ ନିଅନ୍ତି, ସେଗୁଡ଼ିକ ସ୍ୱୟଂଚାଳିତ ଭାବରେ ଲକ୍ଷ ହୁଏ, ଯେପରିକି ଏକ ଅବତରଣ ପୃଷ୍ଠାରେ ବିଷୟବସ୍ତୁ ଅଫର ଡାଉନଲୋଡ଼ କରିବା କିମ୍ବା ଅନୁରୋଧ କରିବା ।

ଏକ ପରୀକ୍ଷା ଲିଡ଼ ପୋଷଣ ଇମେଲଗୁଡ଼ିକ ସହିତ ଆପଣଙ୍କର ରିଟର୍ନକୁ ସର୍ବାଧିକ କରିବାକୁ, ଆପଣଙ୍କର ଦୂରତା ଆପଣଙ୍କର ଦର୍ଶକଙ୍କୁ ସେଗମେଣ୍ଟ କରିବା ଜରୁରୀ ଅଟେ ତେଣୁ ଆପଣ କ୍ରେତାଙ୍କ ଯାତ୍ରାର ପ୍ରତ୍ୟେକ ପର୍ଯ୍ୟାୟରେ ପାଠକମାନଙ୍କୁ ଉଚିତ ଲକ୍ଷ୍ୟପ୍ରାପ୍ତ ବାର୍ତ୍ତା ପ୍ରଦାନ କରୁଛନ୍ତି ।

ଏକ ଗ୍ରୋସରୀ ବିତରଣ ସେବା ହଜିରୁଟ୍ ଠାରୁ ଏକ ଲିଡ଼ ପୋଷଣ ଇମେଲର ଏକ ଉଦାହରଣ

ଏଠାରେ ଅଛି । ଏଥିରେ ଏକ ରିହାତି, ସାଇନ୍ କରିବାକୁ ଏକ ଲିଙ୍କ ଅନ୍ତର୍ଭୁକ୍ତ । ଉପରକୁ, ଏବଂ ଏକ ଦେୟ । ଗ୍ରାହକ ହେବା ପାଇଁ ସେମାନେ କେତେ ପ୍ରସ୍ତୁତ ତାହା ଉପରେ ଆଧାର କରି ବିଭିନ୍ନ ଅଫର ନେବାକୁ ଏହି ଅଫରଗୁଡ଼ିକ କିଛି ସୁଯୋଗ ଦେଇଥାଏ ।





## Informational Emails(ସୂଚନାଯୋଗ୍ୟ ଇମେଲଗୁଡ଼ିକ )

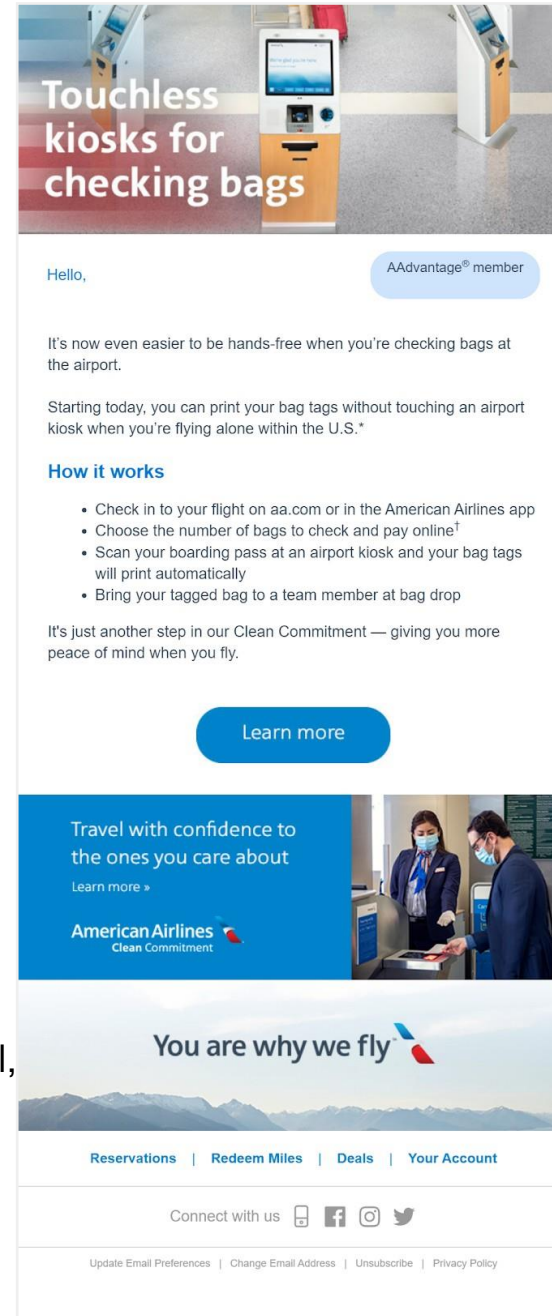
ଏକ ସମ୍ବାଦ ଚିଠି ପରି, ଏହି ପ୍ରକାରର ଇମେଲ୍ ଏକ

ବୃହତ ପାଠକ ଗୋଷ୍ଠୀକୁ ଏକ ଅଦ୍ୟତନ ପ୍ରଦାନ କରେ ।

ଏହି ଇମେଲଗୁଡ଼ିକରେ, ଆପଣ ସମ୍ଭାଷଣ ଘୋଷଣା ପଠାଇ ପାରିବେ:

- ନୂତନ ବିଷୟବସ୍ତୁ ।
- ଉତ୍ପାଦ ଅପଡେଟ୍ ।
- ଆଗାମୀ ଘଟଣା ।
- ଇଭେଣ୍ଟ ଅପଡେଟ୍ ।
- ସହ-ମାର୍କେଟିଂ ସହଭାଗୀତା ।

ଉଦାହରଣ ସ୍ୱ.ରୂପ, ଯଦି ଆପଣ ଚାହାଁନ୍ତି ଯେ ପାଠକମାନେ ଆପଣଙ୍କର  
ୱେବିନିନର୍ ପାଇଁ ସାଇନ୍ ଅପ୍ କରନ୍ତୁ, ଆପଣଙ୍କର ସୂଚନା ଇମେଲରେ ପଞ୍ଜୀକରଣ ଓଡ଼ିଆ,  
ଘଟଣାର ସମୟ ଏବଂ ତାରିଖ, ଏକ ସଂକ୍ଷିପ୍ତ ବର୍ଣ୍ଣନା ଏବଂ ପାଠକମାନେ କିପରି ସାଇନ୍  
ଅପ୍ କରିପାରିବେ ସେ ସମ୍ଭାଷଣରେ ତଥ୍ୟ ଧାରଣ କରିବା ଉଚିତ ।



ଆମେରିକୀୟ ଏୟାରଲାଇନ୍ସର ଏକ ସୂଚନାପୂର୍ଣ୍ଣ ଇମେଲ୍ ଯାହା

ଗ୍ରାହକମାନଙ୍କୁ ଏକ ନୂତନ ବ feature ଶିଖୁଏ, ସ୍ପର୍ଶହୀନ କିଓସ୍କ ବିଷୟରେ କହିଥାଏ ।

## Transactional Emails

ଥରେ ତୁମେ ତୁମର ଇମେଲ ଡାଲିକାକୁ ଚିକେ ବ grown ାଇଦେଲେ, ତୁମେ କିପରି ଆଶା ଏବଂ ଗ୍ରାହକମାନଙ୍କ ସହିତ ସମ୍ପର୍କ ରଖିବ? ଯେତେବେଳେ ଜଣେ ପାଠକ ଏକ ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ କାର୍ଯ୍ୟ କରନ୍ତି, ଯେପରି ତୁମର ନ୍ୟୁଜଲେଟର ପାଇଁ ସାଇନ୍ ଅପ୍, ଏକ ଉପାଦାନ କିଣିବା ଇତ୍ୟାଦି କାରବାରକାରୀ ଇମେଲଗୁଡ଼ିକ ସ୍ୱୟଂଚାଳିତ ଭାବରେ ଟ୍ରିଗର ହୋଇଥାଏ । କାରବାର ଇମେଲଗୁଡ଼ିକର ସବୁଠାରୁ ସାଧାରଣ ଫର୍ମଗୁଡ଼ିକ ହେଉଛି:



### CONFIRMATION EMAILS (ନିଶ୍ଚିତକରଣ ଇମେଲଗୁଡ଼ିକ )

ନିଶ୍ଚିତକରଣ ଇମେଲଗୁଡ଼ିକ କେବଳ ସେହି ହେବା ଉଚିତ - ନିଶ୍ଚିତକରଣ ଇମେଲଗୁଡ଼ିକ । କି conf ଶିକ୍ଷିତ ହୁଅନ୍ତୁ ଏଡାକିବା ପାଇଁ, ଏହି ଇମେଲଗୁଡ଼ିକ ସରଳ ରଖନ୍ତୁ, ଆପଣଙ୍କ ପ୍ରାପ୍ତକର୍ତ୍ତାମାନେ ନିଶ୍ଚିତ କରିବାକୁ ଚାହୁଁଥିବା ସୂଚନାର ସଂକ୍ଷିପ୍ତ ସାରାଂଶ ସହିତ । ଡିଜାଇନ୍ ସହିତ କି uss ଶିକ୍ଷିତ ବିବାଦ ନକରିବାକୁ ଚେଷ୍ଟା କରନ୍ତୁ, କାରଣ ସେମାନେ କେବଳ ଜାଣିବାକୁ ଚାହାଁନ୍ତି ଯେ ସେମାନେ କରିଥିବା କାର୍ଯ୍ୟ ସମାପ୍ତ ହୋଇଛି ଯାହା ଦ୍ୱି they ାରା ସେମାନେ ସୂଚନା ସମ୍ପର୍କ କରିପାରିବେ, ମାନସିକ ଶାନ୍ତି ପାଇପାରିବେ ଏବଂ ଆଗକୁ ବା଼ିବେ ।

### KICK-BACK/THANK YOU EMAILS (କିକ୍-ବ୍ୟାକ୍ / ଧନ୍ୟବାଦ ଇମେଲଗୁଡ଼ିକ )

ଯେତେବେଳେ ବି ଏକ ଆଶାକର୍ମୀ, ଲିଡ୍, କିମ୍ବା ଗ୍ରାହକ ଆପଣଙ୍କର ଏକ ଅବତରଣ ପୃଷ୍ଠାରେ ଏକ ଫର୍ମ ପୂରଣ କରନ୍ତି, ଏକ କିକ୍‌ବ୍ୟାକ୍ ଇମେଲ୍ ସେମାନଙ୍କର ଦାଖଲ ପରେ ସ୍ୱୟଂଚାଳିତ ଭାବରେ ଟ୍ରିଗର ହେବା ଉଚିତ । ଫର୍ମ ଉପରେ ନିର୍ଭର କରି,

ଏହି କିକ୍‌ବ୍ୟାକ୍ ଇମେଲଗୁଡ଼ିକ ପ୍ରାୟତଃ thank ଧନ୍ୟବାଦ ଇମେଲ ଭାବରେ କୁହାଯାଏ ।

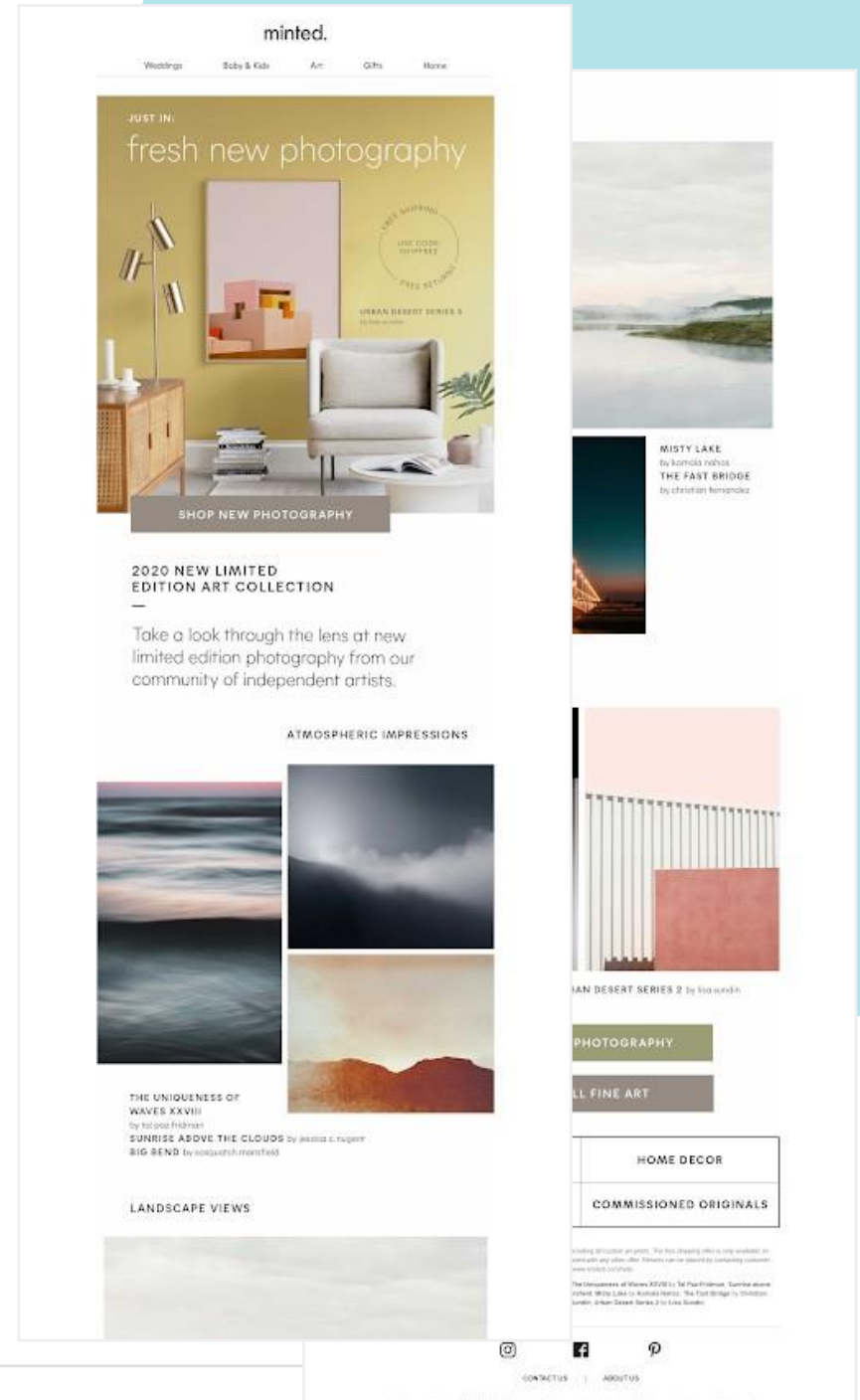
ଏଗୁଡ଼ିକର ରୂପକୁ ଅଧିକ ଜଟିଳ ନକରିବାକୁ ନିଶ୍ଚିତ ହୁଅନ୍ତୁ ।

ଇମେଲଗୁଡ଼ିକ ପାଠକ ଅତିରିକ୍ତ ସୂଚନା ଖୋଜୁନାହାଁନ୍ତି, ବରଂ ଅଫର୍ କିମ୍ବା ବିଷୟବସ୍ତୁ ସେମାନେ ଜାଣିଛନ୍ତି ଯେ ସେମାନେ ମୁକ୍ତ କରିଛନ୍ତି ।



# New Content Announcement Email (ନୂତନ ବିଷୟବସ୍ତୁ ଘୋଷଣା ଇମେଲ୍ |)

ଯେତେବେଳେ ତୁମେ ତୁମର ପରବର୍ତ୍ତୀ ବିକ୍ରୟ, ଇବୁକ୍, ଖେବିନିନର୍, କୁପନ୍, ମାଗଣା ପରୀକ୍ଷା, କିମ୍ବା ଅନ୍ୟ କ promotion ଶିକ୍ଷିତ ପଦୋଦ୍ଦିଷ୍ଟ ଘୋଷଣା କରିବାକୁ ପ୍ରସ୍ତୁତ, ଶିକ୍ଷିତ ବିସ୍ତାର କରିବାକୁ ଏକ ନୂତନ ବିଷୟବସ୍ତୁ ଘୋଷଣା ଇମେଲ୍ ବ୍ୟବହାର କର । ନୂତନ ବିଷୟବସ୍ତୁ ଇମେଲଗୁଡ଼ିକର ମୁଖ୍ୟ ବ feature ଶିଷ୍ଟ ହେଉଛି ଏକ ପ୍ରମୁଖ CTA (କାର୍ଯ୍ୟକୁ କଲ୍) । ଆପଣ ଏହି ଇମେଲ୍ ଫର୍ମାଟ୍‌କୁ ଅଳ୍ପ ବ୍ୟବହାର କରିବାକୁ ଏବଂ ଅଫର୍ ଏବଂ ବିଷୟବସ୍ତୁ ପାଇଁ ଆପଣ ବିଶେଷ ଭାବରେ ହାଇଲାଇଟ୍ କରିବାକୁ ଚାହୁଁଛନ୍ତି । ଯେତେବେଳେ ଏକ ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ଅଫର୍ ପାଇଁ ଏକ ଇମେଲ୍ ଡିଜାଇନ୍ କରିବାକୁ ଆସେ, ମନେରଖିବାକୁ ମୁଖ୍ୟ ଉପାଦାନ ହେଉଛି ଅଫର୍ ନିଜେ । ଆପଣ ଚାହୁଁଛନ୍ତି ଯେ କିପି ସଂକ୍ଷିପ୍ତ କିନ୍ତୁ ଅଫରର ମୂଲ୍ୟ ପହଞ୍ଚାଇବା ପାଇଁ ଯଥେଷ୍ଟ ବର୍ଣ୍ଣନାକାରୀ । ଏହା ସହିତ, କିପି ତଳେ ଏକ ବଡ଼ CTA ପ୍ରତିଛବି / ବଟନ୍ ଅନ୍ତର୍ଭୁକ୍ତ କରନ୍ତୁ ଯାହାକୁ ଆପଣ ଇମେଲ ପାଠକମାନେ ସ୍ପଷ୍ଟ ପରିଷ୍କାର କରିବାକୁ ଚାହୁଁଛନ୍ତି । ଏକ ଷ୍ଟେସନାରୀ କମ୍ପାନୀ ମେଣ୍ଟେଡ଼୍ ଠାରୁ ଏହି ଇମେଲ୍ କୁ ଦେଖନ୍ତୁ । ସ୍ୱଳ୍ପ କଲ୍-ଟୁ-ଆକ୍ସନ୍ ସହିତ, ଚିତ୍ରକଳା ନିଜ ପାଇଁ କହିଥାଏ ଏବଂ ଗ୍ରାହକଙ୍କ ପାଇଁ ନୂତନ ଡିଜାଇନ୍ ଶୀଘ୍ର ବ୍ରାଉଜ୍ କରିବା ସହଜ ଅଟେ ।



ଯେତେବେଳେ ତୁମେ ତୁମର ପରବର୍ତ୍ତୀ ବିକ୍ରୟ, ଇଗ୍ନିଟ, ଖେବିନିନର, କୁପନ,

ମାଗଣା ପରୀକ୍ଷା, କିମ୍ବା ଅନ୍ୟ କି promotion ଶିକ୍ଷା ପଦୋଦ୍ଧୃତି ଘୋଷଣା କରିବାକୁ

ପ୍ରସ୍ତୁତ, ଶିକ୍ଷା ବିକ୍ରୟ କରିବାକୁ ଏକ ନୂତନ ବିଷୟବସ୍ତୁ ଘୋଷଣା ଇମେଲ୍ ବ୍ୟବହାର କର ।

ନୂତନ ବିଷୟବସ୍ତୁ ଇମେଲ୍‌ଗୁଡ଼ିକର ମୁଖ୍ୟ ବା feature ଶିକ୍ଷ୍ୟ ହେଉଛି ଏକ ପ୍ରମୁଖ CTA (କାର୍ଯ୍ୟକୁ କଲ) । ଆପଣ ଏହି ଇମେଲ୍

ଫର୍ମାଟ୍‌କୁ ଅଳ୍ପ ବ୍ୟବହାର କରିବାକୁ ଏବଂ ଅଫର୍ ଏବଂ ବିଷୟବସ୍ତୁ ପାଇଁ ଆପଣ ବିଶେଷ ଭାବରେ ହାଇଲାଇଟ୍ କରିବାକୁ ଚାହୁଁଛନ୍ତି ।

ଯେତେବେଳେ ଏକ ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ଅଫର୍ ପାଇଁ ଏକ ଇମେଲ୍ ଡିଜାଇନ୍ କରିବାକୁ ଆସେ, ମନେରଖିବାକୁ ମୁଖ୍ୟ ଉପାଦାନ ହେଉଛି ଅଫର୍ ନିଜେ ।

ଆପଣ ଚାହୁଁଛନ୍ତି ଯେ କିପରି ସଂକ୍ଷିପ୍ତ କିନ୍ତୁ ଅଫରର ମୂଲ୍ୟ ପହଞ୍ଚାଇବା ପାଇଁ ଯଥେଷ୍ଟ ବର୍ଣ୍ଣନାକାରୀ । ଏହା ସହିତ, କିପରି ତଳେ ଏକ ବଡ଼ CTA ପ୍ରତିଛବି / ବଟନ୍

ଅନ୍ତର୍ଭୁକ୍ତ କରନ୍ତୁ ଯାହାକୁ ଆପଣ ଇମେଲ୍ ପାଠକମାନେ ସ୍ପଷ୍ଟିକ ପରିଷ୍କାର କରିବାକୁ ଚାହୁଁଛନ୍ତି ।

ଏକ ଷ୍ଟେସନାରୀ କମ୍ପାନୀ ମେଣ୍ଟେଡ୍ ଠାରୁ ଏହି ଇମେଲ୍ କୁ ଦେଖନ୍ତୁ । ସ୍ପଷ୍ଟ କଲ୍-ଟୁ-ଆକ୍ସନ୍ ସହିତ, ଚିତ୍ରକଳା ନିଜ ପାଇଁ କହିଥାଏ ଏବଂ ଗ୍ରାହକଙ୍କ ପାଇଁ ନୂତନ

ଡିଜାଇନ୍ ଶୀଘ୍ର ବ୍ରାଉଜ୍ କରିବା ସହଜ ଅଟେ ।

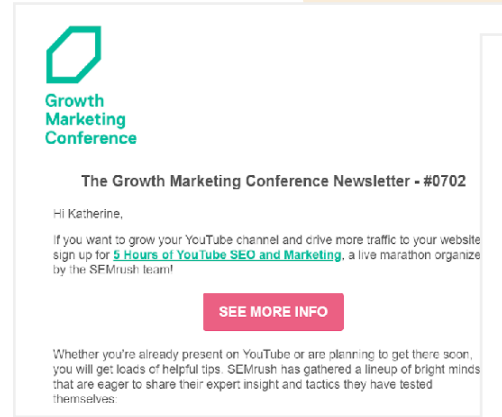
## Product Update Email (ଉତ୍ପାଦ ଅଦ୍ୟତନ ଇମେଲ୍ |)

ଅନେକ କମ୍ପାନୀ ସେମାନଙ୍କ ଗ୍ରାହକ କିମ୍ବା ଫ୍ୟାନ୍ ବେଷ୍ଟ ଅତ୍ୟାଧୁନିକ ବ features ଶିଷ୍ଟ ଏବଂ କାର୍ଯ୍ୟକାରୀତା ସହିତ ଅଦ୍ୟତନ ରଖିବା ପାଇଁ ସାପ୍ତାହିକ କିମ୍ବା ମାସିକ ଉତ୍ପାଦ ହଜମ ପଠାଇବାକୁ ପସନ୍ଦ କରନ୍ତି |

ଏହି ଉତ୍ପାଦ ଅପଡେଟ୍ ଇମେଲଗୁଡ଼ିକ ଲେଖିବା କଷ୍ଟକର ହୋଇପାରେ କାରଣ ସେମାନଙ୍କର ବିଷୟବସ୍ତୁ ସାଧାରଣତଃ an ଏକ ଅଫର ଇମେଲ ପରି ଚମତ୍କାର ନୁହେଁ | ଏହା କହିଲା, ଏହି ଇମେଲଗୁଡ଼ିକୁ ସରଳ ଏବଂ ସରଳ ରଖିବା ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ |

ଆପଣଙ୍କର ଇମେଲ ଗ୍ରାହକମାନଙ୍କୁ ସେମାନଙ୍କ ଆଜ୍ଞାପରେ ରଖିବା ପାଇଁ, ଆପଣଙ୍କ ସମ୍ପର୍କକୁ ବହୁ ସଂଖ୍ୟକ ଇମେଲ ସହିତ ଭରିବା ପରିବର୍ତ୍ତେ |

ପ୍ରତ୍ୟେକ ବ୍ୟକ୍ତିଗତ ଉତ୍ପାଦ ଅଦ୍ୟତନ, ପର୍ଯ୍ୟାୟକ୍ରମେ ନୂତନ ଅଦ୍ୟତନ କିମ୍ବା ଉତ୍ପାଦଗୁଡ଼ିକର ଏକ ପ୍ରକାର ରାଉଣ୍ଡଅପ୍ ପଠାଇବାକୁ ବିଚାର କରନ୍ତୁ | ଆପଣ ତାଲିକାଭୁକ୍ତ ପ୍ରତ୍ୟେକ ଅଦ୍ୟତନ ପାଇଁ, ଏକ ବୃହତ, ସ୍ୱଚ୍ଛ ହେତୁଲାଭନ, ଏକ ସଂକ୍ଷିପ୍ତ ବର୍ଣ୍ଣନା, ଏବଂ ଏକ ପ୍ରତିଛବି ଅନ୍ତର୍ଭୁକ୍ତ କରନ୍ତୁ ଯାହା ଉତ୍ପାଦ କିମ୍ବା ବ feature ଶିଷ୍ଟ ପ୍ରଦର୍ଶନ କରେ | ପ୍ରତ୍ୟେକ ବ feature ଶିଷ୍ଟ ପାଇଁ ଏହା ଏକ କଷ୍ଟମ୍ ପୃଷ୍ଠା ସହିତ ଲିଙ୍କ କରିବା ମଧ୍ୟ ଯୋଗ୍ୟ ଅଟେ, ଯାହା ପ୍ରାପ୍ତକର୍ତ୍ତାଙ୍କୁ ଏହା ବିଷୟରେ ଅଧିକ ଜାଣିବା ସହଜ କରିଥାଏ |



## Event Promotion Email (ଇଭେଣ୍ଟ ପ୍ରୋସାହନ ଇମେଲ୍ |)

ଆପଣ ହୋଷ୍ଟ କରୁଥିବା ଆଗାମୀ ଇଭେଣ୍ଟକୁ ପ୍ରୋସାହିତ କରିବାବେଳେ ଇମେଲକୁ ଅଣଦେଖା କରନ୍ତୁ ନାହିଁ | ଯଦି ତୁମେ ତୁମର ସମ୍ପର୍କକୁ ଏକ ଇଭେଣ୍ଟକୁ ଆମନ୍ତ୍ରଣ କରିବାକୁ ଏବଂ ସେମାନଙ୍କୁ ପଞ୍ଜିକରଣ କରିବାକୁ ଉତ୍ସାହିତ କରିବାକୁ ଚାହୁଁଛ, ସେହି ଇଭେଣ୍ଟ କାହିଁକି ସେମାନଙ୍କ ଉପସ୍ଥାନ ପାଇଁ ମୂଲ୍ୟବାନ ତାହା ସ୍ପଷ୍ଟ ଭାବରେ ଦର୍ଶାଇବା ଅତ୍ୟନ୍ତ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ |

ଏହା କରିବାର ଏକ ଉତ୍ତମ ଉପାୟ ହେଉଛି ଭିଡୁଆଲ୍ ମାଧ୍ୟମରେ | ଅନେକ ଇଭେଣ୍ଟରେ ଯୋଗଦେବା ପାଇଁ ଟକା ଖର୍ଚ୍ଚ ହୁଏ, ଏବଂ ଅଧିକାଂଶ ଏକ ପଇସା ଖର୍ଚ୍ଚ ହୁଏ | ତେଣୁ ଯଦି ଆପଣ ରେଜିଷ୍ଟରମାନଙ୍କୁ ଆକର୍ଷିତ କରିବାକୁ ଚାହାଁନ୍ତି, ତେବେ କପି ଉପରେ କାଟି ଦିଅନ୍ତୁ ଏବଂ ଇଭେଣ୍ଟ କାହିଁକି ଚମତ୍କାର ହେବ ବୋଲି ସମ୍ଭାବ୍ୟ ରେଜିଷ୍ଟରମାନଙ୍କୁ ଦେଖାନ୍ତୁ | ତୁମର ଇଭେଣ୍ଟରେ ଇମେଲ ତଥା ତୁମର ସୋସିଆଲ ମିଡିଆ ଆକାଉଣ୍ଟରେ ତୁମର ଇଭେଣ୍ଟରେ ପ୍ଲଟଫର୍ମ ଆଗ୍ରହକୁ ପ୍ରୋସାହିତ କରିବା ପାଇଁ ତୁମର ଡିଜାଇନ ଦଳ କିଛି ଘାତକ ଭିଡୁଆଲ୍ ସୃଷ୍ଟି କରିବାକୁ ଦିଅ, ଏବଂ ନିଶ୍ଚିତ କର ଯେ କେହି ଆମନ୍ତ୍ରଣ କରନ୍ତି ନାହିଁ |

ଅଭିବୃଦ୍ଧି ମାର୍କେଟିଂ ସମ୍ମିଳନୀରୁ ଏହି ଇମେଲ୍ ଦେଖନ୍ତୁ | ସହିତ ଯୋଡ଼ି ହୋଇଛି |

ଆଖୁଦୃଶିଆ ଭିଡୁଆଲ୍, ପଞ୍ଜୀକରଣ ଲିଙ୍କ ଅନେକ ଥର ଅନ୍ତର୍ଭୁକ୍ତ ହୋଇଛି, ଯାହା ସାଇନ୍ ଅପ୍ କରିବା ସହଜ କରିଥାଏ |

# Getting Set Up(ସେଟ୍ ଅପ୍ କରିବା ।)

ତୁମର ପ୍ରଥମ ମାର୍କେଟିଂ ଇମେଲ୍ ପଠାଇବା ପୂର୍ବରୁ, ତୁମ ପାଇଁ ଏକ ଧାଡ଼ିରେ ଯିବାକୁ କିଛି ତାକୁ ବାକି ଅଛି ।

ସାଧନ ଏବଂ ଟେକ୍ ର ଏକ ଆରେ ଅଛି ଯାହା ଆପଣଙ୍କୁ ସଫଳତାର ସହିତ ଆପଣଙ୍କର ମାର୍କେଟିଂ

ଇମେଲଗୁଡ଼ିକ ଲକ୍ଷ୍ୟ କରିବାକୁ ପଡ଼ିବ ।

ସଫଳତା ପାଇଁ ନିଜକୁ ସେଟ୍ ଅପ୍ କରିବାକୁ, ନିଶ୍ଚିତ କରନ୍ତୁ ଯେ ଆପଣ ତାଲିକା କରିବାକୁ ଆପଣଙ୍କର ଇମେଲ୍ ମାର୍କେଟିଂର ଏହି ସମସ୍ତ ପଦକ୍ଷେପଗୁଡ଼ିକୁ ଯାଞ୍ଚ କରିଛନ୍ତି:

## Choose an Email Marketing Service(ଏକ ଇମେଲ୍ ମାର୍କେଟିଂ ସେବା ବାଛିନ୍ତୁ ।)

ଏକ ଇମେଲ୍ ମାର୍କେଟିଂ ପ୍ରଦାନକାରୀ (ESP) ହେଉଛି ଏକ ଉତ୍ତମ ଉତ୍ତମ ଯଦି ଆପଣ ଆପଣଙ୍କର ଇମେଲ୍ ମାର୍କେଟିଂ ପ୍ରୟାସକୁ ସୁସ୍ଥ ଭାବରେ ସଜାଡ଼ିବା ସମୟରେ କ any ଶସି ସ୍ତରର ସମର୍ଥନ ଖୋଜୁଛନ୍ତି ।

ହବ୍ସ୍ପଟ୍ ର ଇମେଲ୍ ମାର୍କେଟିଂ ତୁଲ୍ ଆପଣଙ୍କୁ ଦକ୍ଷତାର ସହିତ ମାର୍କେଟିଂ ଇମେଲଗୁଡ଼ିକ ସୃଷ୍ଟି, ବ୍ୟକ୍ତିଗତ ଏବଂ ଅପ୍ଟିମାଇଜ୍ କରିବାକୁ ଅନୁମତି ଦିଏ ଯାହା ଡିଜାଇନର୍ କିମ୍ବା IT ବିନା ପେସାଦାର ଦେଖାଯାଏ । ବିଭିନ୍ନ ପ୍ରକାରର ଅଛି ।

ସର୍ବୋତ୍ତମ ଇମେଲ୍ ମାର୍କେଟିଂ ଅଭିଯାନ ସୃଷ୍ଟି କରିବାରେ ଏବଂ ଆପଣଙ୍କର ସମସ୍ତ ଇମେଲ୍ ମାର୍କେଟିଂ ଲକ୍ଷ୍ୟକୁ ସମର୍ଥନ କରିବାକୁ ବ features ଶିଷ୍ଟ୍ୟଗୁଡ଼ିକର ।

ଅତିରିକ୍ତ ଭାବରେ, ଆପଣ ଆପଣଙ୍କର ଇମେଲ୍ ମାର୍କେଟିଂର ସଫଳତାକୁ ବିଶ୍ଳେଷଣ କରିପାରିବେ ଯାହା ଦ୍ you ାରା ଆପଣ ସେହି ତଥ୍ୟକୁ ଅଂଶୀଦାର କରିପାରିବେ ଯାହାକି ଆପଣଙ୍କ ଦଳ ସହିତ ଆପଣଙ୍କ ବ୍ୟବସାୟ ପାଇଁ ଅଧିକ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ । ସର୍ବୋତ୍ତମ ଅଂଶ? ଆପଣ ମାଗଣାରେ HubSpot ର ଇମେଲ୍ ମାର୍କେଟିଂ ସେବା ବ୍ୟବହାର କରିପାରିବେ । ଆପଣଙ୍କ ଦଳ ସହିତ ଆପଣଙ୍କ ବ୍ୟବସାୟ ପାଇଁ ସବୁଠାରୁ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ । ସର୍ବୋତ୍ତମ ଅଂଶ? ଆପଣ ମାଗଣାରେ HubSpot ର ଇମେଲ୍ ମାର୍କେଟିଂ ସେବା ବ୍ୟବହାର କରିପାରିବେ ।

HubSpot ପରି ବ features ଶିଷ୍ଟ୍ୟ ସେବାଗୁଡ଼ିକର ଉଦାହରଣ ଏଠାରେ ଅଛି । ଏକ ଇମେଲ୍ ସେବା ପ୍ରଦାନକାରୀ ବାଛିବାବେଳେ ବିଚାର କରିବାକୁ ଅର୍ଥ କରନ୍ତୁ:

ସେଗମେଣ୍ଟେସନ୍ କ୍ଷମତା ସହିତ CRM ପ୍ଲଟଫର୍ମ ।

ଇଣ୍ଟରନେଟ୍ ସେବା ପ୍ରଦାନକାରୀଙ୍କ ସହିତ ଭଲ ସ୍ଥିତି ।

ଏକ ଇମେଲ୍ ସେବା ପ୍ରଦାନକାରୀ (ESP) ଭାବରେ ଏକ ସକରାତ୍ମକ ପ୍ରତିଷ୍ଠା ।

ସହଜ-ନିର୍ମାଣ ଫର୍ମ, ଅବତରଣ ପୃଷ୍ଠା, ଏବଂ CTA ।

• ସରଳ, ସ୍ୱାଭାବିକ ଇମେଲ୍ ଟେମ୍ପଲେଟ୍ ।

• ସ୍ୱୟଂଚାଳିତ

ଇମେଲ୍ ନିୟମାବଳୀ ପାଳନ କରିବାର ସରଳ ଉପାୟ

ଆପଣଙ୍କର ଇମେଲଗୁଡ଼ିକ ପରୀକ୍ଷା କରିବାକୁ ବିଭାଜନ କରିବାର କ୍ଷମତା ।

ବିଲ୍-ଇନ୍ ଆନାଲିଟିକ୍ସ ।



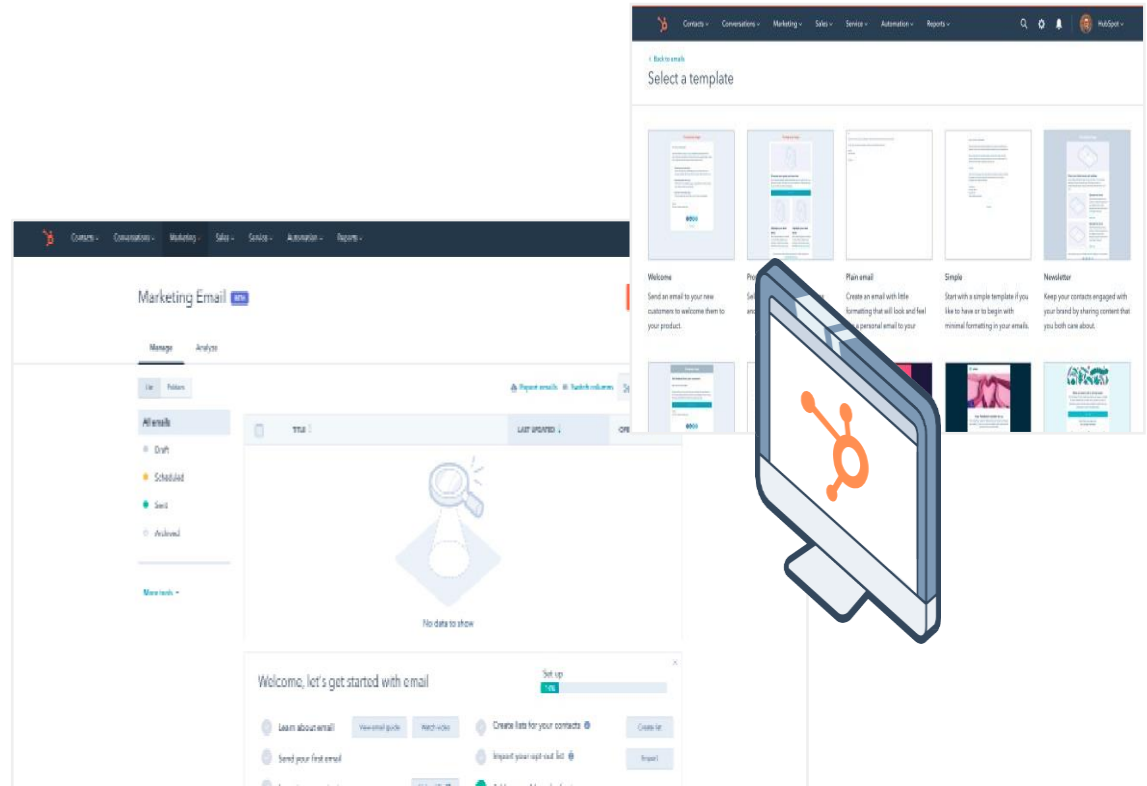
## Choose a CRM with Free Email Marketing(ମାଗଣା ଇମେଲ ମାର୍କେଟିଂ ସହିତ ଏକ CRM ବାଛିନ୍ତୁ ।)

ଏକ ESP ପାଇଁ ସଫି କରାଯାଇ ପାରେ, ଆପଣ ଏକ CRM ବାଛିପାରିବେ ଯେଉଁଥିରେ ମାଗଣା ଇମେଲ ମାର୍କେଟିଂ ଉପକରଣ ଅନ୍ତର୍ଭୁକ୍ତ । ଏକ CRM ସହିତ, ତୁମେ ତୁମର ବ୍ରାଣ୍ଡ ସହିତ ଗ୍ରାହକଙ୍କ ଯାତ୍ରା ବିଷୟରେ ସମ୍ପୂର୍ଣ୍ଣ ଜ୍ଞାନ ପାଇବ । ଆପଣ ନିଶ୍ଚିତ କରିବାକୁ ସକ୍ଷମ ଅଟନ୍ତି ଯେ ଆପଣଙ୍କର ମାର୍କେଟିଂ ପ୍ରସଙ୍ଗ ବାହାରେ ଦେଖାଯାଏ ନାହିଁ, ଏବଂ ଆପଣ ଭଲ ଭାବରେ ବୁଝିପାରିବେ ଯେ ଆପଣ ଗ୍ରହଣ କରୁଥିବା ପ୍ରତ୍ୟେକ କାର୍ଯ୍ୟ କିପରି ବିଶ୍ୱସ୍ତ ଗ୍ରାହକଙ୍କ ଆଡକୁ ଗତି କରୁଛି । ଉଦାହରଣ ସ୍ୱରୂପ, ମାଗଣା ହସ୍ତାକ୍ତ CRM ରେ ଇମେଲ ମାର୍କେଟିଂ ଉପକରଣଗୁଡ଼ିକର ଯୋଗ ସେମାନଙ୍କ ଗ୍ରାହକଙ୍କ ବ୍ୟବସାୟର ବୁଝିପାରିବାକୁ ଅଧିକାରୀଙ୍କୁ ସାହାଯ୍ୟ କରେ ।

ଅଣ-ଡିଜାଇନର୍ମାନଙ୍କ ପାଇଁ, ନ୍ୟୁଜଲେଟର ଠାରୁ ଆରମ୍ଭ କରି ଛୁଟିଦିନ ଉତ୍ସବ ପର୍ଯ୍ୟନ୍ତ ସବୁକିଛି ପାଇଁ ବିକଳ ସହିତ ଇମେଲ ଟେମ୍ପଲେଟଗୁଡ଼ିକର ଏକ ହୋଷ୍ଟ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ । ହସ୍ତାକ୍ତ ର ଇମେଲ ଟୁଲ୍ ଏକ ଅନ୍ତର୍ନିହିତ ଡ୍ରାଗ୍ ଏବଂ ଡ୍ରପ୍ ଇମେଲ ଏଡିଟର ଅନ୍ତର୍ଭୁକ୍ତ କରେ ଯାହା ଆପଣଙ୍କ ବ୍ରାଣ୍ଡ ସହିତ ମେଲ ହେବା ଏବଂ ଆପଣଙ୍କ ଗ୍ରାହକଙ୍କ ପାଇଁ ଏକ ବାଧ୍ୟତାମୂଳକ ବାର୍ତ୍ତା ସୃଷ୍ଟି କରିବା ସହଜ କରିଥାଏ ।

ତୁମେ ବ grow ିବା ସହିତ ହସ୍ତାକ୍ତ ର ଇମେଲ ଟୁଲ୍ ଅଧିକ ଶକ୍ତିଶାଳୀ ହୁଏ । ଯଦି ଆପଣ ମାର୍କେଟିଂ ହବ୍ ସ୍ପାର୍ଟରକୁ ଅପଗ୍ରେଡ୍ କରନ୍ତି, ଆପଣଙ୍କ ପାଖରେ ଥିବା ଇମେଲର ପରିମାଣ ଆପଣଙ୍କ ଆକାଉଣ୍ଟରେ ଥିବା ସମ୍ପୂର୍ଣ୍ଣ ସଂଖ୍ୟା ସହିତ ସ୍ୱେଲ ହେବ, ଏବଂ ଆପଣ ଏକ ଇମେଲ ପଠାଉଥିବା ଡୋମେନ୍ କୁ ସଂଯୋଗ କରିବାକୁ ସମର୍ଥ ହେବେ ।

ହସ୍ତାକ୍ତ । ମାର୍କେଟିଂ ହବ୍ ପ୍ରଫେସନାଲ୍ କିମ୍ବା ଏଣ୍ଟରପ୍ରାଇଜ୍ କୁ ଅପଗ୍ରେଡ୍ କରିବା, ଆପଣ ପ୍ରିମିୟମ୍ ବ features ଶିଷ୍ଟ୍ୟଗୁଡ଼ିକ ଅନଲକ୍ କରିବେ ଯେପରିକି A / B ପରୀକ୍ଷା, ସ୍ପାର୍ଟ ବିଷୟବସ୍ତୁ, ଏବଂ ଟାଇମ୍ ଜୋନ୍ ମଧ୍ୟରେ ଏକ ସମୟରେ ଏକ ଇମେଲ୍ ପଠାଇବାର କ୍ଷମତା, ଆପଣଙ୍କର ଇମେଲ୍ ମାର୍କେଟିଂ ଖେଳକୁ ଅପ୍ କରି ।



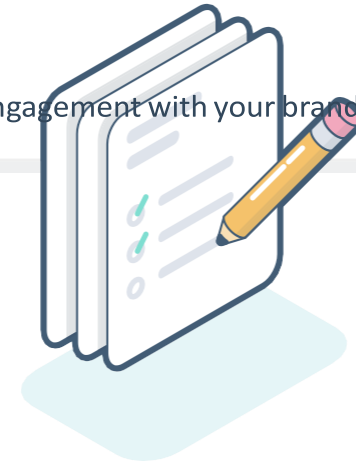
## Implement Email Segmentation and Create Lists (ଇମେଲ୍ ସେଗମେଣ୍ଟେସନ୍ କାର୍ଯ୍ୟକାରୀ କରନ୍ତୁ ଏବଂ ତାଲିକା ସୃଷ୍ଟି କରନ୍ତୁ )

ଇମେଲ୍ ସେଗମେଣ୍ଟେସନ୍ ହେଉଛି ଆପଣଙ୍କର ବୃହତ ଇମେଲ୍ ତାଲିକାକୁ ସର୍ବ ବର୍ଗ, କିମ୍ବା ଛୋଟ ତାଲିକାରେ ଭାଙ୍ଗିବା କାର୍ଯ୍ୟ, ଯାହା ଆପଣଙ୍କର ଗ୍ରାହକଙ୍କ ସ୍ୱତନ୍ତ୍ର ବ characteristics ଶିକ୍ଷ୍ୟ, ଆଗ୍ରହ, ଏବଂ ପସନ୍ଦ ସହିତ ଜଡ଼ିତ । ତୁମର ମାର୍କେଟିଂ ଇମେଲଗୁଡ଼ିକର ଗ୍ରାହକମାନେ ମଣିଷ, ସର୍ବଶେଷରେ, ଏବଂ ସେଗୁଡ଼ିକୁ ଏପରି ବ୍ୟବହାର କରିବା ପାଇଁ ଆମେ ଯଥାସମ୍ଭବ ଚେଷ୍ଟା କରିବା ଉଚିତ୍ । ଏହାର ଅର୍ଥ ଜେନେରିକ୍ ଇମେଲ୍ ବିଶ୍ଳେଷଣ ପଠାଇବା ନାହିଁ । ଇମେଲ ମାର୍କେଟିଂର ସେଗମେଣ୍ଟେସନ୍ ହେଉଛି ଏକ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ଅଂଶ କାରଣ ଯଦି ଆପଣ ଭୁଲ ଲୋକଙ୍କୁ ଭୁଲ ବିଷୟବସ୍ତୁ ପଠାନ୍ତି ତେବେ ଆପଣ ଗ୍ରାହକ ହରାଇବାର ଆଶଙ୍କା ଚଳାନ୍ତି ।

ଇମେଲ ତାଲିକା ବିଭାଗର ପ୍ରଥମ ପଦକ୍ଷେପ ହେଉଛି କ୍ରେଡା ଯାତ୍ରା ର ପ୍ରତ୍ୟେକ ଅଂଶ ପାଇଁ ସୀମା ରୁମ୍ଭ ଏବଂ ଅପ୍-ଇନ୍ ଫର୍ମ ସୃଷ୍ଟି କରିବା । ସେହି ଉପାୟରେ, ଆପଣଙ୍କର ଯୋଗାଯୋଗଗୁଡ଼ିକ ସ୍ୱୟଂଚାଳିତ ଭାବରେ ପୃଥକ ତାଲିକାରେ ବିଭକ୍ତ ହୋଇ ଆପଣଙ୍କ ମାର୍କେଟିଂ ଇମେଲଗୁଡ଼ିକରେ ସେମାନଙ୍କର ସଦସ୍ୟତା କ'ଣ ସୃଷ୍ଟି କରିଛି ତାହା ଉପରେ ନିର୍ଭର କରେ । ଏହା ବାହାରେ, ଇମେଲ ମାର୍କେଟିଂ ପ୍ଲଟଫର୍ମଗୁଡ଼ିକ ଆପଣଙ୍କୁ ଯୋଗାଯୋଗ ତଥ୍ୟ ଏବଂ ଆଚରଣ ଯୁକ୍ତ ଆପଣଙ୍କର ଇମେଲ ତାଲିକାକୁ ସେଗମେଣ୍ଟ କରିବାକୁ ଅନୁମତି ଦେଇଥାଏ ଯାହା ଆପଣଙ୍କୁ ସଠିକ୍ ଲୋକଙ୍କୁ ସଠିକ୍ ଇମେଲ ପଠାଇବାରେ ସାହାଯ୍ୟ କରିଥାଏ ଏବଂ ବ୍ରାଣ୍ଡ ଆଡଭୋକେଟ୍ ହେବା ପାଇଁ ସେମାନଙ୍କ ଯାତ୍ରାକୁ ନିକଟତର କରିଥାଏ ।

### Here are some ways you could break up your list:

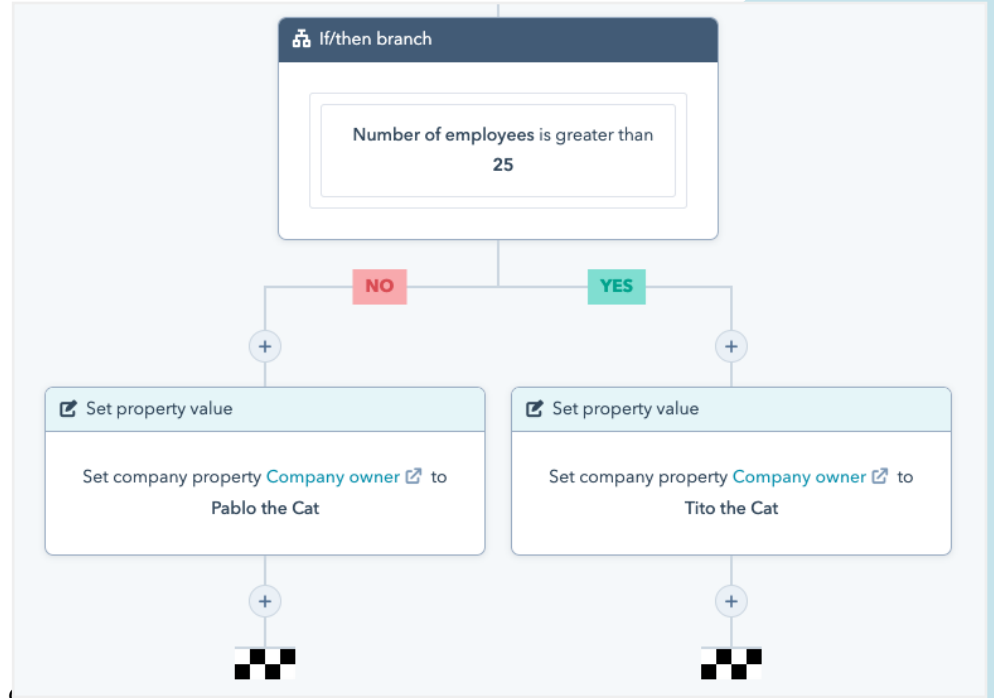
1. Geographical location
2. Lifecycle stage
3. Awareness, consideration, decision stage
4. Industry
5. Previous engagement with your brand



## Incorporate Automation in the Form of Workflows (କାର୍ଯ୍ୟ ପ୍ରବାହ ଆକାରରେ ସ୍ୱୟଂଚାଳିତକୁ ଅନ୍ତର୍ଭୁକ୍ତ କରନ୍ତୁ |)

ସ୍ୱୟଂଚାଳିତ ଆପଣଙ୍କର ତାଲିକା ବିଭାଗକୁ ବ୍ୟବହାର କରିବାକୁ ରଖନ୍ତୁ | ଥରେ ଆପଣ ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ଉପଗୋଷ୍ଠୀ ସୃଷ୍ଟି କରିସାରିବା ପରେ, ଆପଣ ସ୍ୱୟଂଚାଳିତ ଇମେଲ ପଠାଇ ପାରିବେ ଯାହା ଅତ୍ୟଧିକ ଚାରେଟେଡ୍ |

ଏହା କରିବାର ଗୋଟିଏ ଉପାୟ ହେଉଛି ଖାର୍ଚ୍ଚକ୍ଲୋ ବ୍ୟବହାର କରି | ହିଁ / ନା ଶାଖା ସହିତ ଏକ ପ୍ରବାହ ବୃକ୍ଷ ପରି କାର୍ଯ୍ୟ ପ୍ରବାହ ବିଷୟରେ ଚିନ୍ତା କର ଯାହା ତୁମେ ସ୍ଥିର କରିଥିବା ମାନବଶ୍ଚ ଉପରେ ଆଧାର କରି କାର୍ଯ୍ୟଗୁଡ଼ିକୁ କାର୍ଯ୍ୟକାରୀ କରିବ |

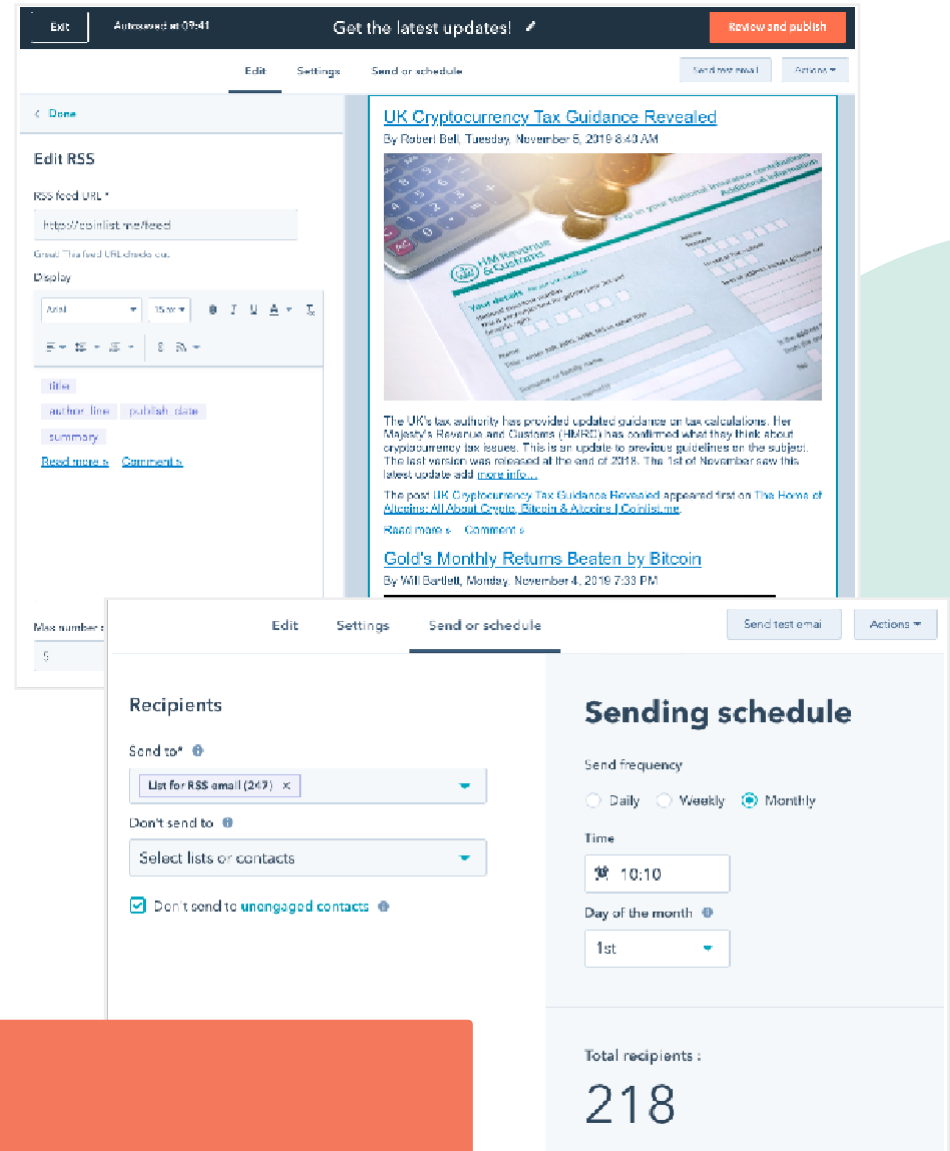


ଖାର୍ଚ୍ଚକ୍ଲୋ ତୁଳନାତ୍ମକ ଜାଣିବା ପାଇଁ ଯଥେଷ୍ଟ ସ୍ପାର୍ଟ ଅଟେ ଯେ ଜଣେ ଉପଭୋକ୍ତା ଏକ ଇମେଲ୍ ଖୋଲିଛନ୍ତି କିମ୍ବା ଏକ ଅଫର୍ ଡାଉନଲୋଡ୍ କରିଛନ୍ତି, ଏବଂ ସେହି ଆଚରଣ ଉପରେ ଆଧାର କରୁଛି | ଏହା ଏକ କ୍ରମର କାର୍ଯ୍ୟ ବନ୍ଦ କରିବ | ଏହାର ଅର୍ଥ, ଏହା ଏକ ଇମେଲ୍ ସିରିଜ୍ ପଠାଇପାରେ, କିମ୍ବା ପରିବର୍ତ୍ତନ ମଧ୍ୟ କରିପାରିବ | ଜଣେ ଉପଭୋକ୍ତା ଯାହା କରନ୍ତି ତାହା ଉପରେ ଆଧାର କରି ଏକ ଆଶାକର୍ମୀଙ୍କ ଜୀବନଚକ୍ର ପର୍ଯ୍ୟାୟ | ସର୍ବୋତ୍ତମ ଅଂଶ ହେଉଛି, କାର୍ଯ୍ୟ ପ୍ରବାହ ସ୍ପାର୍ଟ - ତୁମର ଆଶା କ'ଣ ଉପଯୋଗୀ ହେବ ତାହା ଉପରେ ଆଧାର କରି ସେମାନେ ତୁମର ସ୍ୱୟଂଚାଳିତ ସିରିଜର ଗତି ବଦଳାଇ ପାରିବେ | ଉଦାହରଣ ସ୍ୱରୂପ, ଯଦି ଜଣେ ନୂତନ ଗ୍ରାହକ ଏକ ସ୍ୱାଗତ ଇମେଲ୍ ଗ୍ରହଣ କରନ୍ତି ଏବଂ ପରବର୍ତ୍ତୀ ଇମେଲ୍ ସେମାନଙ୍କୁ ଏକ ଅଫର୍ ପଠାଇବା ପାଇଁ ସେଟ୍ ଅପ୍ ହୋଇଛି ଯାହାକି ସେମାନେ ଆପଣଙ୍କ ସାଇଟରେ ପୂର୍ବରୁ ଡାଉନଲୋଡ୍ କରିସାରିଛନ୍ତି, ଖାର୍ଚ୍ଚକ୍ଲୋ ତୁଳ୍ ଜାଣିବ ଏବଂ ଆଡାପ୍ଟ୍ ହେବ | ଏକ ଅଟୋସପଣ୍ଟରେ, ଜଣେ ଉପଭୋକ୍ତା ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ସମୟ ବ୍ୟବଧାନରେ ଏକ ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ଇମେଲ୍ ସେଟ୍ ଗ୍ରହଣ କରନ୍ତି, ସେମାନେ କ'ଣ ପଦକ୍ଷେପ ନିଅନ୍ତୁ |

## RSS Feeds (RSS ଫିଡ୍ )

RSS “ପ୍ରକୃତରେ ସରଳ ସିଷ୍ଟିକେସନ୍” ପାଇଁ ଛିଡା ହୋଇଛି ଏବଂ କ୍ଲବ୍ ପାଠକମାନଙ୍କ ପାଇଁ ଆପଣଙ୍କର କ୍ଲବ୍ କୁ ସବସ୍ଥାଇଭ କରିବାକୁ ଏବଂ ନୂତନ କ୍ଲବ୍ ପୋଷ୍ଟ ସହିତ ନିୟମିତ ଇମେଲ ପାଇବାକୁ ସକ୍ଷମ ହେବା ପାଇଁ ଏକ ସହଜ ଉପାୟ । ମାର୍କେଟରଙ୍କ ପାଇଁ ଏହା ସମୀକରଣରୁ ଅନେକ କାମ ନେଇଥାଏ କାରଣ ଆପଣଙ୍କୁ ଏକ ଇମେଲ ଟେମ୍ପଲେଟରେ ନୂତନ କ୍ଲବ୍ ପୋଷ୍ଟ ଯୋଡିବାକୁ ପଡିବ ନାହିଁ ଏବଂ ଏହାକୁ ଦ daily ନିକ / ସାପ୍ତାହିକ / ମାସିକ / ତ୍ର quarter ମାସିକରେ ପଠାଇବାକୁ ପଡିବ ନାହିଁ । HubSpot ଆପଣଙ୍କୁ RSS ଫିଡ୍ ବ୍ୟବହାର କରି ଆପଣଙ୍କର ବାହ୍ୟ କ୍ଲବ୍ ପାଇଁ ଏକ ଇମେଲ୍ ଆଧାରିତ ସଦସ୍ୟତା ସୃଷ୍ଟି କରିବାକୁ ଅନୁମତି ଦିଏ । ସହଜରେ କ୍ଲବ୍ ର ଏକ ତାଲିକା ସୃଷ୍ଟି କରନ୍ତୁ ।

ଗ୍ରାହକମାନେ ଏକ ହବ୍ସପଟ୍ ଫର୍ମ ଏବଂ ଏକ ବାହ୍ୟ ଫର୍ମ ଫିଲ୍ଡ ବ୍ୟବହାର କରି, ତା’ ପରେ ଏକ ନୂତନ RSS ଇମେଲ୍ ସୃଷ୍ଟି କରନ୍ତୁ ଯାହାକି ଆପଣଙ୍କ ପସନ୍ଦର ଟେମ୍ପଲେଟକୁ ନୂତନ ପୋଷ୍ଟଗୁଡ଼ିକୁ ଟାଣିବ ।



# Email Design Tips(ଇମେଲ୍ ଡିଜାଇନ୍ ଟିପ୍ସ |)

ବର୍ତ୍ତମାନ ଯେହେତୁ ଆପଣଙ୍କର ସମସ୍ତ ଉପକରଣ ଅଛି ଏବଂ ଆପଣଙ୍କର ମାର୍କେଟିଂ

ଇମେଲଗୁଡ଼ିକ କିପରି ପଠାଯିବ ସେ ସମ୍ବନ୍ଧରେ ସର୍ବୋତ୍ତମ ଅଭ୍ୟାସଗୁଡ଼ିକ ଜାଣିଛନ୍ତି,

ଆପଣଙ୍କ ଇମେଲଗୁଡ଼ିକ କିପରି ଦେଖାଯିବାକୁ ଚାହୁଁଛନ୍ତି ତାହା ବିଚାର କରିବାର ସମୟ ଆସିଛି |

ତୁମର ମାର୍କେଟିଂ ଇମେଲଗୁଡ଼ିକର ବିଷୟବସ୍ତୁ ଏବଂ ଡିଜାଇନ୍ ହିଁ ତୁମର ବ୍ରାଣ୍ଡକୁ ତୁମର କ୍ଷେତ୍ରରେ ପ୍ର

ତିଯୋଗୀମାନଙ୍କଠାରୁ ଅଧିକ ସେଟ୍ କରିବ | ଆକର୍ଷଣୀୟ ଡିଜାଇନ୍ ଏବଂ ସଂକ୍ଷିପ୍ତ, ପ୍ରତିକ୍ରିୟାଶୀଳ କପି ହେଉଛି |

ଆପଣ କିପରି ପ୍ରଭାବଶାଳୀ ଭାବରେ ଆପଣଙ୍କର ଇମେଲ୍ ବିଷୟବସ୍ତୁ ସହିତ ପ reading ୍ରିବା ଏବଂ ଯୋଗାଯୋଗ ରଖିବାରେ ସଫଳ ହୁଅନ୍ତି |

ଆପଣଙ୍କର ଇମେଲଗୁଡ଼ିକ ଗ୍ରାହକଙ୍କ ଭିଡ଼ ଇନବକ୍ସରେ ଛିଡ଼ା ହେବା ନିଶ୍ଚିତ କରିବାକୁ, ଏଠାରେ ଆମର ଇମେଲ୍ ଡିଜାଇନ୍ ସର୍ବୋତ୍ତମ ଅଭ୍ୟାସ |

## Your Email is Only as Strong as Your Subject Line(ତୁମର ଇମେଲ୍ କେବଳ ତୁମର ବିଷୟ ରେଖା ପରି ଶକ୍ତିଶାଳୀ |)

- ତୁମର ଇମେଲ୍ ବିଷୟ ଲାଇନ୍ କୁ ବିଚାର କରିବା ହେଉଛି ଯେତେବେଳେ ତୁମେ ସେମାନଙ୍କୁ ଏକ ଇମେଲ୍ ପଠାଇବା ସମୟରେ ପ୍ରଥମ ଦେଖେ, ଏହାର ଗୁରୁତ୍ୱ ଅଧିକ ହୋଇପାରିବ ନାହିଁ | ତୁମର ବିଷୟ ରେଖା ସେମାନଙ୍କ ଧ୍ୟାନ ଆକର୍ଷଣ କରିବା ଉଚିତ ତେଣୁ ସେମାନେ ଇମେଲ ଖୋଲିବାକୁ ଏବଂ ପ continue ୍ରିବା ଜାରି ରଖିବାକୁ ଚାହାଁନ୍ତି | ସର୍ବୋତ୍ତମ ବିଷୟ ରେଖା:

- ଯେପରି ତୁମର ପାଠକଙ୍କ ଦୃଷ୍ଟି ଆକର୍ଷଣ କର | ଯଥାସମ୍ଭବ କିଛି ଶବ୍ଦ (କମ୍ ଅଧିକ) |
- ଏକ ପ୍ରକାର ମୂଲ୍ୟ ଏବଂ / କିମ୍ବା ସୂଚନା ପ୍ରଦାନ କରନ୍ତୁ ଯାହା ସେମାନଙ୍କୁ ଇମେଲ୍ ଖୋଲିବାକୁ ଇଚ୍ଛା କରେ |
- ପ୍ରାପ୍ତକର୍ତ୍ତାମାନେ ଇମେଲ ଖୋଲିବା ପରେ କେଉଁ ପ read ୍ରିବାକୁ ଏବଂ / କିମ୍ବା ଦେଖିବାକୁ ଯାଉଛନ୍ତି ସଂକ୍ଷିପ୍ତ କରନ୍ତୁ |
- ଅଧିକ ବିଷୟ ଲାଇନ୍-ଇନ୍ସପୋ ପାଇଁ, ଆମେ ଦେଖିଥିବା ସର୍ବୋତ୍ତମକୁ ଯାଞ୍ଚ କରନ୍ତୁ |

## Stay on Brand(ବ୍ରାଣ୍ଡରେ ରୁହନ୍ତୁ |)

ତୁମର ଇମେଲ୍ ପ୍ରାପ୍ତକର୍ତ୍ତାମାନେ ତୁମର ବାର୍ତ୍ତା ଖୋଲିବା ମାତ୍ରେ, ସେମାନେ ଜାଣିବା ଉଚିତ୍ ଯେ ଆପଣଙ୍କ କମ୍ପାନୀରୁ ଇମେଲ୍ ପଠାଯାଇଛି - ଅର୍ଥାତ୍ ଆପଣଙ୍କର ଇମେଲ୍ ବ୍ରାଣ୍ଡେଡ୍ ହେବା ଉଚିତ୍ ଯାହା ଆପଣଙ୍କ ବ୍ୟବସାୟରୁ ଜାଣିବା ପାଇଁ କିଏ ବାର୍ତ୍ତା ପଠାଉଛି ତାହା ଦେଖିବା ଆବଶ୍ୟକ ନାହିଁ ।

ତୁମର ମାର୍କେଟିଂ ଇମେଲ୍ ମାଧ୍ୟମରେ ତୁମର ବ୍ରାଣ୍ଡ ସ୍ଵର ଏବଂ ରୂପକୁ ବଜାୟ ରଖିବା ପାଇଁ, ତୁମର ଇମେଲ୍ ବିଷୟବସ୍ତୁ, ତୁମର ସାମାଜିକ ଆକାଉଣ୍ଟ୍ ଏବଂ ତୁମର ୱେବସାଇଟ୍ ମାଧ୍ୟମରେ ଏକ ସ୍ଥିର ସ୍ଵର ବ୍ୟବହାର କରିବାକୁ ନିଶ୍ଚିତ ହୁଅ । ତୁମର ଇମେଲ୍ ଡିଜାଇନ୍ରେ ସମାନ ରଙ୍ଗ ଏବଂ ଫଣ୍ଟକୁ ଅନ୍ତର୍ଭୁକ୍ତ କର ଯେପରି ତୁମର ସମସ୍ତ ପ୍ଲଟଫର୍ମରେ ଅଛି । ଏବଂ ଅବଶ୍ୟ, ଆପଣଙ୍କର ସ୍ଵାଭାବିକ ଲୋଗୋକୁ ମୁଖ୍ୟତଃ display ପ୍ରଦର୍ଶନ କରନ୍ତୁ । ଇମେଲ୍ ଡିଜାଇନ୍ ସହିତ, ସ୍ଥିରତା ହେଉଛି ଏକ ପ୍ରମୁଖ । ଏକ ସ୍ଥିର ଡିଜାଇନ୍ ଏବଂ ସ୍ଵର ତୁମର ଗ୍ରାହକଙ୍କୁ ତୁମର ବ୍ରାଣ୍ଡ, ଏହାର ସ୍ଵତନ୍ତ୍ରତା ବିଷୟରେ ଯାହାକୁ ଅଧିକ ଭଲ ପାଏ ତାହା ମନେ ପକାଇବ ।

ଗ୍ରେଲୋରୁ ଏକ ସୁନ୍ଦର ପରିକଳ୍ପିତ, ବ୍ରାଣ୍ଡେଡ୍ ଇମେଲର ଏକ ଉଦାହରଣ ଏଠାରେ ଅଛି ଯାହା ସେମାନଙ୍କ ବ୍ରାଣ୍ଡର ବ୍ୟକ୍ତିତ୍ଵ ଏବଂ ଚରିତ୍ରକୁ ଅନ୍ତର୍ଭୁକ୍ତ କରେ ।

The screenshot shows a Trello blog page with a blue header. The Trello logo is in the top right, and a 'View in Browser' link is next to it. The main content area has a white background and features three articles, each with an illustration, a text block, and a green button.

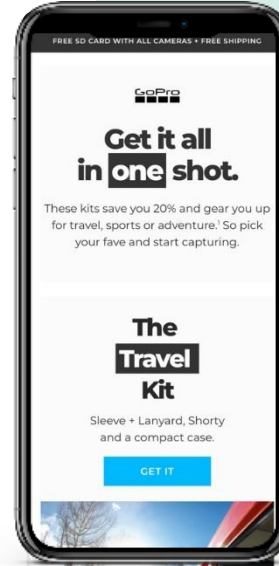
- Article 1:** Illustration of a man meditating at a desk with a pink cat on the monitor. Text: "Reduce stress at work by trying these six mindfulness tricks to recover from the chaos." Button: "Experience Tranquility".
- Article 2:** Illustration of a cat in a space suit with checkmarks and a globe. Text: "Checklists give you dopamine. Dopamine makes you happy. Here's how to break down your to-do list and mark it all done." Button: "Check It Off".
- Article 3:** Illustration of a desk with a pink laptop, a blue monitor, and a teal keyboard.

## Enhance the User Experience (ଉପଯୋଗକର୍ତ୍ତା ଅଭିଜ୍ଞତା ବୃଦ୍ଧି କରନ୍ତୁ ।)

ଗ୍ରାହକମାନେ କ୍ଲଟର୍, ଅସଂଗଠିତ ଇମେଲ ଦ୍ୱାରା ବନ୍ଦ ହେବାର ସମ୍ଭାବନା ଅଛି । ଆପଣଙ୍କର ଇମେଲ୍ ଯୁକାବିଳା ପାଇଁ ଅତ୍ୟଧିକ ଅତ୍ୟଧିକ ଏବଂ ସମୟ ସାପେକ୍ଷ ଦେଖାଯିବ, ଏବଂ ଆପଣ ତ୍ୟାଗ ହେବାର ସମ୍ଭାବନା ବ increase ାଇବେ । ଏହା ପରିବର୍ତ୍ତେ, ଉପଭୋକ୍ତା ଅଭିଜ୍ଞତା (UX) ଉପରେ ଦୃଷ୍ଟି ରଖି ଆପଣଙ୍କର ଲେଆଉଟ୍ ସଂଗଠିତ କରନ୍ତୁ ।

ଧଳା ସ୍ଥାନ ଛାଡ଼ିଦିଅ ଏବଂ ରଖିନ basically ଟିକ ଭାବରେ ତୁମର ଲିଖିତ ଏବଂ ଭିନ୍ନଭିନ୍ନ ବିଷୟବସ୍ତୁକୁ ଇମେଲରେ ରଖ, ଯାହା ଦ୍ organized ାରା ଏହା ସଂଗଠିତ ଏବଂ ନେଭିଗେଟ୍ କରିବା ସହଜ ଅଟେ । ଏହା ମଧ୍ୟ ଆପଣଙ୍କ ଇମେଲର ବୃଦ୍ଧିଗତ, ଭାବପ୍ରବଣ ଅନୁଭବକୁ ଉନ୍ନତ କରିବ, ଯାହା ନିଶ୍ଚିତ କରେ ଯେ ପାଠକମାନେ ଚାହୁଁଥିବା ସୂଚନା ଖୋଜିବାରେ ସକ୍ଷମ ଅଟନ୍ତି ଏବଂ ଆପଣଙ୍କ ବ୍ୟବସାୟର ଇମେଲ ବିଷୟବସ୍ତୁ ସହିତ ସେମାନଙ୍କର ପାରସ୍ପରିକ କାର୍ଯ୍ୟକଳାପକୁ ଉପଭୋଗ କରିବା ଆବଶ୍ୟକ କରନ୍ତି ।

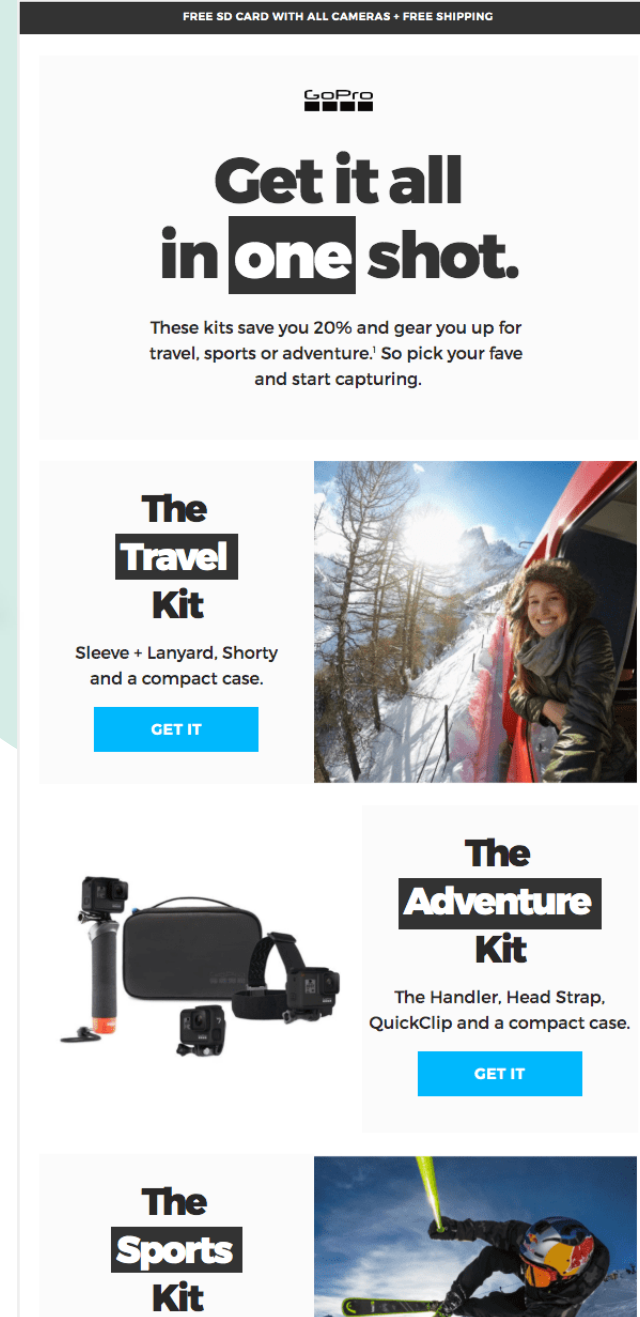
ଅତିରିକ୍ତ ଭାବରେ, ଉପଭୋକ୍ତା ଅଭିଜ୍ଞତା ବୃଦ୍ଧି ଅର୍ଥ ହେଉଛି ଏକ ପ୍ରତିକ୍ରିୟାଶୀଳ ଡିଜାଇନ୍ ବ୍ୟବହାର କରିବା । ଏକ ପ୍ରତିକ୍ରିୟାଶୀଳ ଡିଜାଇନ୍ ଅର୍ଥ ହେଉଛି, ଏହା ଦେଖାଯାଉଥିବା ପରଦାକୁ ଫିଟ୍ କରିବା ପାଇଁ ଆପଣଙ୍କର ଇମେଲ୍ ଫର୍ମାଟ୍ ପରିବର୍ତ୍ତନ କରେ, ଏହା ଏକ ଡେସ୍କଟପ୍, ଲାପଟପ୍, କିମ୍ବା ମୋବାଇଲ୍ ଡିଭାଇସରେ ହେଉ । ଗ୍ରହୀତାମାନେ ଆପଣଙ୍କର ଇମେଲଗୁଡ଼ିକ କେଉଁଠାରେ କିମ୍ବା କିପରି ଦେଖୁନା କାହିଁକି ସହଜରେ ପ read ୀବାକୁ ସମର୍ଥ ହେବେ । ପ୍ରତିକ୍ରିୟାଶୀଳ ଡିଜାଇନ୍ ଉପଭୋକ୍ତା ଅଭିଜ୍ଞତାକୁ ବ ances ାଇଥାଏ ଏବଂ ଇମେଲ୍ ଗ୍ରାହକ ଧାରଣକୁ ଉନ୍ନତ କରିଥାଏ ।



### The Adventure Kit

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

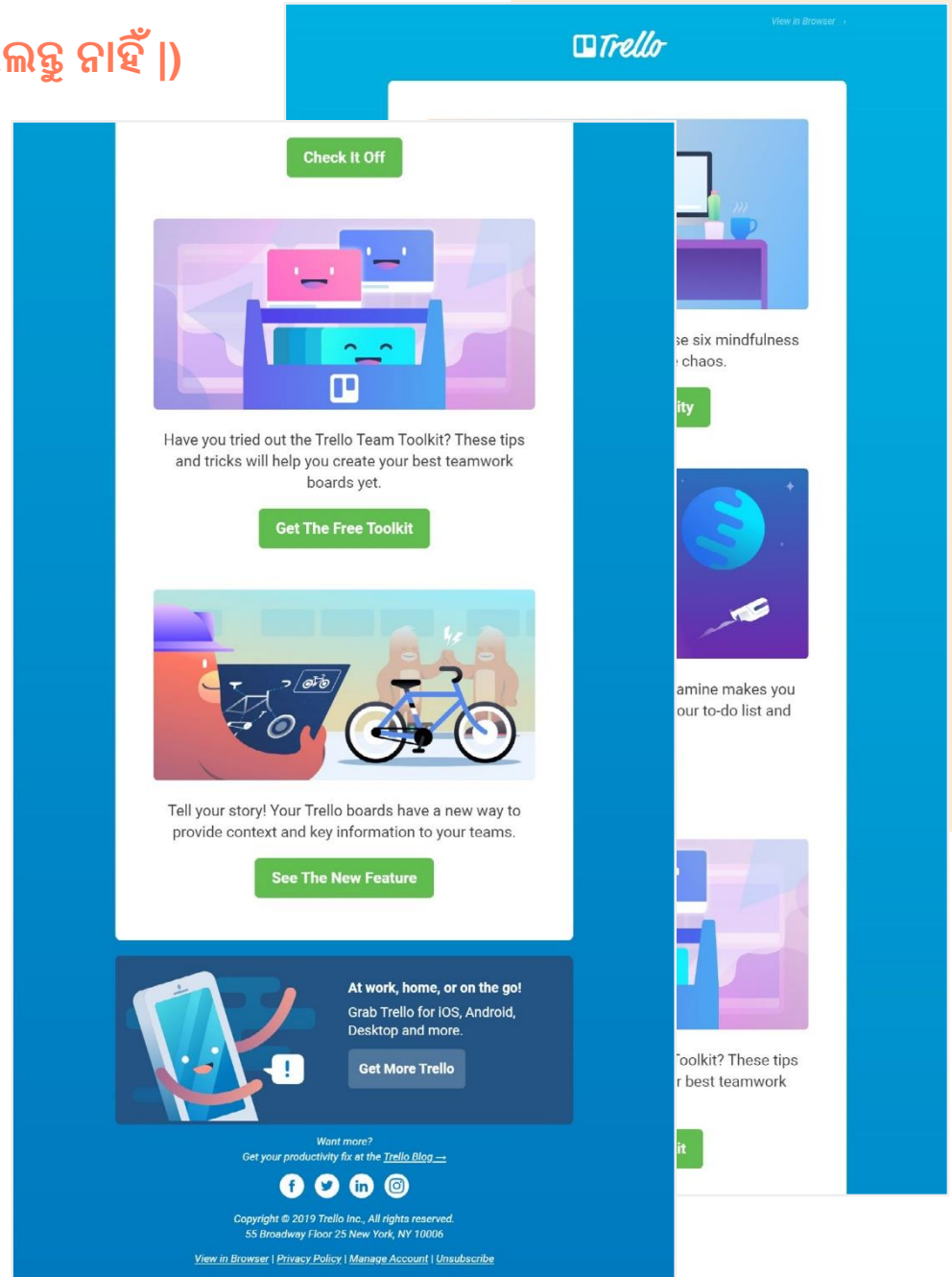
GET IT



## Don't Forget Your CTAs(ଆପଣଙ୍କର CTA କୁ ଭୁଲନ୍ତୁ ନାହିଁ !!)

କଲ୍-ଟୁ-ଆକ୍ସନ୍ (CTAs) ଆପଣଙ୍କର ଇମେଲ୍ ପ୍ରାପ୍ତକର୍ତ୍ତାଙ୍କୁ ରୂପାନ୍ତର କରିବା ପାଇଁ ବ୍ୟବହୃତ ହୁଏ । ସୋସିଆଲ ମିଡିଆରେ ତୁମକୁ ଅନୁସରଣ କରିବାକୁ, ତୁମର ୱେବସାଇଟ୍ ପରିଦର୍ଶନ କରିବାକୁ, କିମ୍ବା ଗ୍ରାହକଙ୍କୁ ଦେଇ ଦେବା ପାଇଁ ସେଗୁଡ଼ିକ ପ୍ରାପ୍ତ ହୋଇପାରେ । CTA ଗୁଡ଼ିକ ଦୃଶ୍ୟମାନ, ପ୍ରଲୋଭିତ ହେବା ଉଚିତ ଏବଂ କ୍ଲିକ୍ କରିବା ପାଇଁ ସେମାନେ କାହିଁକି ମୂଲ୍ୟବାନ ତାହା ସ୍ପଷ୍ଟ ଭାବରେ ଦର୍ଶାଇବା ଉଚିତ । ଅତିରିକ୍ତ ଭାବରେ, ଆପଣ ହୁଏତ ଆପଣଙ୍କର CTA ଗୁଡ଼ିକୁ ନିର୍ଦ୍ଦିଷ୍ଟ ଗ୍ରହଣୀୟତା ପାଇଁ ସଜାଡ଼ିବା ପାଇଁ ବାଛିପାରିବେ - ଏହି କି act ଶିଳ ରୂପାନ୍ତର ବୃଦ୍ଧି କରିବାକୁ ପ୍ରମାଣିତ ହୋଇଛି ।

ମନେରଖନ୍ତୁ, ଯେତେକି CTA କାର୍ଯ୍ୟ କରିବାକୁ ପ୍ରମାଣିତ ହୋଇଛି, ଆପଣ କେତେଥର ସେଗୁଡ଼ିକ ବ୍ୟବହାର କରୁଛନ୍ତି ତାହା ଉପରେ ନଜର ରଖନ୍ତୁ । ଗୋଟିଏ ଇମେଲରେ ଅତ୍ୟଧିକ CTA ଆପଣଙ୍କ ଗ୍ରାହକଙ୍କୁ ଭରି ଦେଇପାରେ ଏବଂ ପରସ୍ପରକୁ ବାତିଲ କରିପାରେ । ଏହା ପରିବର୍ତ୍ତେ, ପ୍ରତ୍ୟେକ ଇମେଲକୁ ଏକ କିମ୍ବା ଦୁଇଟି ପ୍ରାସଙ୍ଗିକ CTA ଗୁଡ଼ିକୁ ଡିଜାଇନ୍ କରନ୍ତୁ ଯାହା ଆପଣଙ୍କ ଇମେଲର ଲକ୍ଷ୍ୟକୁ ମନେ ରଖି ସେମାନଙ୍କ ପାରସ୍ପରିକ କ୍ରିୟା ସମ୍ଭାବନା ବଢ଼ାଇଥାଏ । ଗୁଣ୍ଡାଲୋ କିପରି ଛୋଟ CTA ବ୍ୟବହାର କରେ, ତା' ପରେ ନିମ୍ନରେ ଏକ ବଡ଼, କାର୍ତ୍ତ-ସ୍ଥାପନା CTA ବ୍ୟବହାର କରେ ଏଠାରେ ଦେଖନ୍ତୁ ।



# Email Marketing Metrics(ଇମେଲ ମାର୍କେଟିଂ ମେଟ୍ରିକ୍ସ |)

ଆପଣଙ୍କର ଇମେଲ ମାର୍କେଟିଂ ପ୍ରୟାସକୁ ଆକଳନ କରିବାକୁ, ଆପଣ କିଛି ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ମେଟ୍ରିକ୍ସ ଗ୍ରହଣ କରିବାକୁ ଚାହୁଁଥିବେ । କେଉଁ ମେଟ୍ରିକ୍ ଆପଣ ମାପ କରିବେ ତାହା ଆପଣଙ୍କ ଲକ୍ଷ୍ୟ ଉପରେ ନିର୍ଭର କରିବ । ଆପଣଙ୍କ କମ୍ପାନୀର ଇମେଲ ମାର୍କେଟିଂର ଲକ୍ଷ୍ୟ ଅନ୍ୟ କମ୍ପାନୀର ଲକ୍ଷ୍ୟଠାରୁ ଭିନ୍ନ ହୋଇପାରେ, ଏପରିକି ଆପଣଙ୍କ ପରି । ବାସ୍ତବରେ, ସମୟ ସହିତ ଏହା ଆପଣଙ୍କ ନିଜ କମ୍ପାନୀ ମଧ୍ୟରେ ଭିନ୍ନ ହୋଇପାରେ ।

ଏଠାରେ କେତେକ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ଇମେଲ ମେଟ୍ରିକ୍ସ ଅଛି ଯାହାକୁ ଆପଣ ଗ୍ରାହଣ କରିବା ଉଚିତ୍:

## Clickthrough Rate(କ୍ଲିକ୍ ହାର)

ଶତକଡ଼ା ଭାବରେ ପ୍ରକାଶିତ, CTR ଲୋକମାନଙ୍କ ଅନୁପାତକୁ ପ୍ରତିନିଧିତ୍ୱ କରେ ଯେଉଁମାନେ ଆପଣଙ୍କର ଇମେଲ ଖୋଲିଥିବା ସମ୍ବନ୍ଧୀୟ ଲୋକଙ୍କ ସହିତ ଆପଣଙ୍କର ଏକ କିମ୍ବା ଅଧିକ ଲିଙ୍କରେ କ୍ଲିକ୍ କରିଥିଲେ । ଆପଣଙ୍କ ବିଷୟବସ୍ତୁ ଆପଣଙ୍କ ପାଠକମାନଙ୍କ ପାଇଁ କେତେ ଜଡ଼ିତ ତାହା CTR ଆପଣଙ୍କୁ ତୁରନ୍ତ ଅନୁମୋଦିତ ସୂଚନା ପ୍ରଦାନ କରେ ।

## Conversion Rate(ରୂପାନ୍ତର ହାର)

ଯେକ time ଶସି ସମୟରେ ଆପଣଙ୍କ ଇମେଲରେ ଏକ ଲିଙ୍କ ଅନୁସରଣ କରିବା ପରେ ପାଠକ କାର୍ଯ୍ୟାନୁଷ୍ଠାନ ଗ୍ରହଣ କରିବା ସମୟରେ ଏକ ରୂପାନ୍ତର ରେକର୍ଡ ହୁଏ । ତୁମର CTR ପରି, ଏହା ଶତକଡ଼ା ପରି ମାପ କରାଯାଏ । ତେଣୁ ଯଦି ଆପଣଙ୍କର ଇମେଲର ଲକ୍ଷ୍ୟ ପାଠକମାନଙ୍କୁ ତୁମର ପରବର୍ତ୍ତୀ ୱେବସାଇଟ୍ ପାଇଁ ସାଇନ୍ ଅପ୍ କରିବା, ଏବଂ 10,000 ମଧ୍ୟରୁ 300 ପାଠକ ପ୍ରକୃତରେ ସାଇନ୍ ଅପ୍ କରନ୍ତି, ତେବେ ତୁମର ରୂପାନ୍ତର ହାର 3% ହେବ ।

### PRO TIP

ଯଦି ତୁମର କ୍ଲିକ୍ ହାର ଏପର୍ଯ୍ୟନ୍ତ ନାହିଁ ଯେଉଁଠାରେ ତୁମେ ଚାହୁଁଛ ।

ହେବା ପାଇଁ, ତୁମର ଇମେଲ ତାଲିକା ବିଭାଗକୁ ପୁନଃ isit ପରିଦର୍ଶନ କର ଯେ ତୁମେ ସଠିକ୍ ଲୋକଙ୍କୁ ସବୁଠାରୁ ପ୍ରାସଙ୍ଗିକ ବିଷୟବସ୍ତୁ ପଠାଉଛ । କେଉଁ ଲିଙ୍କରେ ଲୋକମାନେ କ୍ଲିକ୍ କରୁଛନ୍ତି ତାହା ଉପରେ ନଜର ପକାନ୍ତୁ, ତାପରେ ପାଇ ନଥିବା ଅତିରିକ୍ତ ଲିଙ୍କଗୁଡ଼ିକୁ ଦୂର କରନ୍ତୁ ।

ଯେତିକି ପ୍ରେମ.

### PRO TIP

ତୁମର ରୂପାନ୍ତର ହାର ବୃଦ୍ଧି ପାଇବାକୁ, CTA ଗୁଡ଼ିକୁ ଆକର୍ଷଣ କରି ମୋବାଇଲ୍-ଅପ୍ଟିମାଇଜ୍ ଇମେଲଗୁଡ଼ିକ ସୃଷ୍ଟି କରିବାକୁ ଚେଷ୍ଟା କର, ତୁମର ଗ୍ରାହକମାନଙ୍କ ପାଇଁ ପଠନ ଇମେଲଗୁଡ଼ିକୁ ଯଥାସମ୍ଭବ କାର୍ଯ୍ୟରେ ପରିଣତ କରିବାକୁ ।

## Bounce Rate(ବାଉନ୍ସ ହାର)

ଯେକ any ଶସି ସମୟରେ ଏକ ଇମେଲ ବିତରଣ ହୋଇପାରିବ ନାହିଁ ଏକ ଇମେଲ ବାଉନ୍ସ ହୁଏ । ପରିସ୍ଥିତି ଉପରେ ନିର୍ଭର କରି ଏହି ବାଉନ୍ସଗୁଡ଼ିକୁ “କଠିନ” କିମ୍ବା “ନରମ” ଭାବରେ ପୃଥକ କରାଯାଏ । ନିଶ୍ଚିତ, ବନ୍ଦ କିମ୍ବା ଭୁଲ ଇମେଲ ଠିକଣା ଯୋଗୁଁ ଏକ ହାର୍ଡ ବାଉନ୍ସ । କ୍ରମ ତାଲିକା ସହିତ ଏହା ଏକ ସାଧାରଣ ସମସ୍ୟା । ଭବିଷ୍ୟତରେ ହାର୍ଡ ବାଉନ୍ସ ଇମେଲକୁ ବିତରଣରୁ ରୋକିଥାଏ ଏବଂ ଆପଣଙ୍କ ବ୍ରାଉସ ପାଇଁ ପ୍ରମୁଖ (ଏବଂ ବେଳେବେଳେ ଦୀର୍ଘସ୍ଥାୟୀ) ସମସ୍ୟା ସୃଷ୍ଟି କରିପାରେ ।

ଏକ ନରମ ବାଉନ୍ସ କମ୍ ଗମ୍ଭୀର ଏବଂ ସ୍ଥାୟୀ ନୁହେଁ; ଯେତେବେଳେ ଆପଣଙ୍କର ଗ୍ରହଣକାରୀ ସମ୍ପୂର୍ଣ୍ଣ ଇନବକ୍ସ ଥାଏ କିମ୍ବା ସେମାନଙ୍କର ଇମେଲ୍ ସର୍ଭର ତାଉନ୍ ହୋଇଯାଏ, ଏହା ହୁଏ । ଯେତେବେଳେ ଏହା ଘଟେ ତୁମର ଦୁଇଟି ବିକଳ ଅଛି: ପ୍ରଦାନକାରୀ ଏହି ସମସ୍ୟାର ସମାଧାନ କରନ୍ତି ଏବଂ ଆପଣଙ୍କର ବାର୍ତ୍ତା ବିତରଣ କରନ୍ତି, କିମ୍ବା ଏକ ସଫ୍ଟ ବାଉନ୍ସ ସହିତ ଚିହ୍ନିତ ଯେକ address ଶସି ଠିକଣାରେ ଆପଣଙ୍କ ବାର୍ତ୍ତା ପଠାକୁ କି ନାହିଁ ବେଖୁବା ପାଇଁ ଅପେକ୍ଷା କରନ୍ତୁ ।

### PRO TIP

ଯେତେବେଳେ ଏକ ହାର୍ଡ ବାଉନ୍ସ ଘଟେ, ତୁରନ୍ତ ତୁମର ଗ୍ରାହକ ତାଲିକାରୁ ସେହି ଇମେଲ୍ ଅପସାରଣ କର । ଏକ ସଫ୍ଟ ବାଉନ୍ସକୁ ମୁକାବିଲା କରିବା ପାଇଁ, ଆପଣଙ୍କର ଇମେଲ୍ ପ୍ରାମାଣିକରଣ କରନ୍ତୁ ଯେ ଏହା ଆପଣଙ୍କ ପାଠକଙ୍କ ନିକଟରେ ପହଂଚିଛି ଏବଂ ବେଳେବେଳେ ଆପଣଙ୍କର ଗ୍ରାହକଙ୍କ ତାଲିକାରୁ ମୁକ୍ତି ଦିଅନ୍ତୁ, ଯେଉଁମାନେ ଆପଣଙ୍କର ବ୍ରାଉ ସହିତ କିଛି ସମୟ ମଧ୍ୟରେ ଯୋଗାଯୋଗ କରିନାହାଁନ୍ତି ।

## List Grow Rate(ଅଭିବୃଦ୍ଧି ହାର ତାଲିକା କର ।)

ତୁମର ତାଲିକାର ଅଭିବୃଦ୍ଧିକୁ ଗ୍ରାହ କରିବାକୁ, ତୁମର ଇମେଲ ତାଲିକା ବ the ୁଥିବା ହାରରେ ଆପଣଙ୍କୁ ଧାନ ଦେବାକୁ ପଡ଼ିବ । ତୁମର ଇମେଲ ମାର୍କେଟିଂ ଡାଟାବେସ୍ ସ୍ natural ାଭାବିକ ଭାବରେ ପ୍ରତିବର୍ଷ ପ୍ରାୟ 22.5% ହ୍ରାସ ପାଇବ ଯେହେତୁ ଲୋକମାନେ ଚାକିରି ବଦଳାନ୍ତି, ପୁରୁଣା ଇମେଲ୍ ଠିକଣା ପରିତ୍ୟାଗ କରନ୍ତି ଏବଂ ସଦସ୍ୟତା ରଦ୍ଦ କରନ୍ତି, ଯାହା ତୁମର ତାଲିକା ବ growing ାଇଥାଏ ଏବଂ ଏହି ମେଟ୍ରିକ୍ ପ୍ରତି ଅଧିକ ଧାନ ଦେଇଥାଏ । ପ୍ରତିବର୍ଷ ତାଜା ଲିଡ୍, ତୁମର ମାର୍କେଟିଂ କ strategy ଶଳ ଏକ ମରିବା ସମ୍ପତ୍ତି ଉପରେ ଆଧାରିତ ହେବ ।



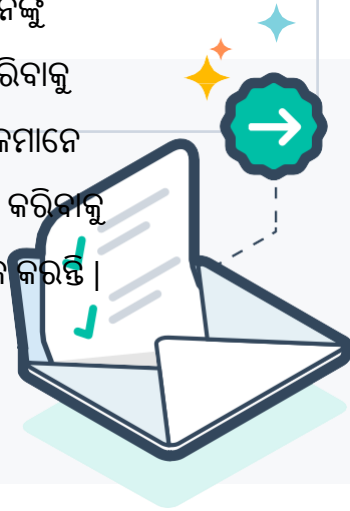
## Email Forwarding Rate(ଇମେଲ୍ ଅଗ୍ରଗାମୀ ହାର )

ଏହି ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ଆକଳନଗୁଡ଼ିକ ପାଠକଙ୍କ ଶତକଡ଼ା ପ୍ରତିନିଧିତ୍ୱ who କରନ୍ତି, ଯେଉଁମାନେ “ଅଂଶୀଦାର କରନ୍ତୁ” ବଚନ କିମ୍ବା “ବନ୍ଧୁଙ୍କ ନିକଟକୁ ଅଗ୍ରଗାମୀ” ଲିଙ୍କରେ କ୍ଲିକ୍ କରିଥିଲେ । ଉଭୟ କ୍ଷେତ୍ରରେ, ଆପଣଙ୍କର ଇମେଲ୍ ପ୍ରାପ୍ତକର୍ତ୍ତାମାନେ ଆପଣଙ୍କର ବ୍ରାଉଜର ବାର୍ତ୍ତା ବିସ୍ତାର କରୁଛନ୍ତି ।

ନୂତନ ଲିଡ୍ ସୃଷ୍ଟି କରିବାରେ ସାହାଯ୍ୟ କରିବାକୁ ।

### PRO TIP

ଆପଣଙ୍କର ଇମେଲ୍ ଅଗ୍ରଗାମୀ ହାରକୁ ବୃଦ୍ଧି କରିବାକୁ, ପ୍ରତ୍ୟେକ ଇମେଲର ଶେଷରେ ଏକ ଛୋଟ CTA ଅନ୍ତର୍ଭୁକ୍ତ କରନ୍ତୁ, ଗ୍ରାହକମାନଙ୍କୁ ଆପଣଙ୍କର ବାର୍ତ୍ତା ସାଙ୍ଗକୁ ଅଂଶୀଦାର କରିବାକୁ ଅନୁରୋଧ କରନ୍ତୁ । ବେଳେବେଳେ ଗ୍ରାହକମାନେ କେବଳ ଆପଣଙ୍କର ଇମେଲ୍ ଅଂଶୀଦାର କରିବାକୁ ଅଗ୍ରଗାମୀ-ଦିଗରେ ଟିକେ ନାଗ ଆବଶ୍ୟକ କରନ୍ତି ।



## ROI (Return On Investment)

ଇମେଲ ମାର୍କେଟିଂ ପାଇଁ ROI ଆପଣ ପୂର୍ବରୁ ବ୍ୟବହାର କରିଥିବା ଠାରୁ ଭିନ୍ନ ନୁହେଁ: ଆପଣ ଇମେଲ ମାର୍କେଟିଂ ମାଧ୍ୟମରେ ପ୍ରତ୍ୟେକ ପ୍ରକାରର ସୀସା ମଧ୍ୟରୁ କେତେ ସୃଷ୍ଟି କରିଛନ୍ତି? ଏହା କିପରି ସମ୍ଭାବ୍ୟ ରାଜସ୍ୱକୁ ଅନୁବାଦ କରେ? ପ୍ରକୃତ ରାଜସ୍ୱ? ଏଗୁଡ଼ିକ ହେଉଛି ପ୍ରକାରର ମେଟ୍ରିକ୍ ଯାହା ତୁମ ବସ୍ ଏବଂ ତୁମର ବିକ୍ରୟ ଦଳକୁ ଦେଖାଇବାରେ ସାହାଯ୍ୟ କରିବ ଇମେଲ ମାର୍କେଟିଂ ଏକ ଚ୍ୟାଲେଜ ପରି ମୂଲ୍ୟବାନ, ଯାହା ପ୍ରକୃତ, ଦୃଷ୍ଟାନ୍ତମୂଳକ ଫଳାଫଳକୁ ଚଳାଇଥାଏ । ତୁମର ଇମେଲ ମାର୍କେଟିଂ ଏବଂ ତୁମର ସକରାତ୍ମକ ବିକ୍ରୟ ସଂଖ୍ୟା ମଧ୍ୟରେ କଳା ଏବଂ ଧଳା ରଙ୍ଗ ମଧ୍ୟରେ ତୁମେ ସିଧାସଳଖ ସମ୍ପର୍କ ଖୋଜିବାକୁ ସକ୍ଷମ ହେବା ଉଚିତ୍ ।

### PRO TIP

ଆପଣଙ୍କର ମାର୍କେଟିଂ ଇମେଲଗୁଡ଼ିକ ପାଇଁ ROI କୁ ସର୍ବାଧିକ କରିବାକୁ, ସେହି ଦିନ ଆପଣଙ୍କର ଇମେଲଗୁଡ଼ିକ ପଠାନ୍ତୁ ଯେଉଁଠିରେ ସେମାନଙ୍କର ଅଧିକ ଯୋଗଦାନ ଅଛି । କେଉଁ ଦିନର ଇମେଲଗୁଡ଼ିକ ସର୍ବୋତ୍ତମ ପ୍ରଦର୍ଶନ କରେ ସେପର୍ଯ୍ୟନ୍ତ ଆପଣ ଆପଣଙ୍କର ଇମେଲ୍ କାର୍ଯ୍ୟଦକ୍ଷତାକୁ ଟ୍ରାକ୍ କରନ୍ତୁ । ସୋମବାର ସକାଳରୁ ବୁଧବାର ଅପରାହ୍ଣ ପର୍ଯ୍ୟନ୍ତ ଆପଣଙ୍କର ସାପ୍ତାହିକ ସମ୍ଭାଦ ଚିଠି ଘୁଞ୍ଚାଇବା ନିଶ୍ଚିତ ହୋଇପାରେ ଯାହା ଆପଣଙ୍କର ROI କୁ ପ୍ରଭାବିତ କରିଥାଏ ।

ପରବର୍ତ୍ତୀ ସ୍ତରକୁ

## Staying Compliant (ଅନୁପଯୁକ୍ତ ରହିବା )

CAN-SPAM (ଅଣ-ସଲିସିଟେଡ୍ ଅଣ୍ଟାଲତା ଏବଂ ମାର୍କେଟିଂର ଆକ୍ରମଣକୁ ନିୟନ୍ତ୍ରଣ କରିବା) ହେଉଛି ଏକ କାର୍ଯ୍ୟ ଯାହା ଗ୍ରହୀତାଙ୍କୁ ଇମେଲ୍ କରିବା ବ୍ୟବସାୟ ବନ୍ଦ କରିବାର ଅଧିକାର ଦେଇଥାଏ । ଏହି କାର୍ଯ୍ୟକୁ ଉଲ୍ଲଙ୍ଘନ କଲେ ଇମେଲ ପ୍ରତି \$ 16,000 ପର୍ଯ୍ୟନ୍ତ ଜୋରିମାନା ହୋଇପାରେ । ଏହା ସହିତ, ମେ 2018 ରେ, ୟୁରୋପୀୟ ୟୁନିଅନ୍ ସାଧାରଣ ତାତା ସୁରକ୍ଷା ନିୟମାବଳୀ (GDPR) କୁ କାର୍ଯ୍ୟକାରୀ କଲା । ଏହି ନିଷ୍ପତ୍ତି ଖୁବ୍ ଶୀଘ୍ର ଆମେରିକା ଏବଂ ଅନ୍ୟାନ୍ୟ ଦେଶ ଯେଉଁ privacy ାରା ଗୋପନୀୟତା ନୀତି ଏବଂ ନିଜସ୍ୱ ନିୟମ ପ୍ରୟୋଗ କରିଥିଲେ ଯାହା GDPR ଆବଶ୍ୟକତାଗୁଡ଼ିକରେ ବର୍ଣ୍ଣିତ ନିୟମାବଳୀକୁ ପ୍ରତିଫଳିତ କରିଥିଲା ।

ଏହି କ acts ଶସି କାର୍ଯ୍ୟକୁ ଉଲ୍ଲଙ୍ଘନ କରି ଜରିମାନା ଦେବାକୁ ଏଡାଇବାକୁ, ସର୍ବଦା ଏହି ନିୟମକୁ ଧ୍ୟାନରେ ରଖନ୍ତୁ:

### TIP #1

#### Include an Unsubscribe Link (ଏକ ସଦସ୍ୟତା ଲିଙ୍କ ଅନ୍ତର୍ଭୁକ୍ତ କରନ୍ତୁ )

ଲୋକଙ୍କୁ ତୁମର ତାଲିକା ଛାଡିବାର ସୁଯୋଗ ଦେବା ଏହା ପ୍ରତିକ୍ରିୟାଶୀଳ ମନେହୁଏ, କିନ୍ତୁ ଏହା ପ୍ରକୃତରେ ଏକ ଭଲ କଥା । ଆପଣଙ୍କ ତାଲିକାରେ କାହାକୁ ରଖିବାର କ point ଶସି ଅର୍ଥ ନାହିଁ ଯିଏ ସେଠାରେ ରହିବାକୁ ଚାହୁଁନାହାଁନ୍ତି । ଏବଂ ଆପଣ ସଦସ୍ୟତା ରଦ୍ଦ କରିବା କଷ୍ଟକର କରି ଆପଣ ନିମ୍ନ ଖୋଲା ଏବଂ ଯୋଗଦାନ ହାର ଦେଖିବେ ।

ଉପଯୋଗକର୍ତ୍ତାଗଣ ଆପଣଙ୍କ ଇମେଲଗୁଡ଼ିକର ତଳ ଭାଗରେ ସେହି ଲିଙ୍କ ମାରିବା ପରେ ଏହାକୁ ସଦସ୍ୟତା ରଦ୍ଦ କରିବା ଯଥାସମ୍ଭବ ସହଜ କରନ୍ତୁ । ଯଦି ପ୍ରାପ୍ତକର୍ତ୍ତାଙ୍କୁ ଅନେକ ହୁଏ ଏବଂ ଅନେକଗୁଡ଼ିଏ ପ୍ରଶ୍ନ ଦେଇ ଡେଇଁବାକୁ ପଡିବ, ସେମାନେ ଏହି ପ୍ରକ୍ରିୟାରେ ଜାମିନ ଦେବେ ଏବଂ ଆପଣଙ୍କର ଇମେଲଗୁଡ଼ିକୁ ସ୍ୱାମ୍ଭାବରେ ଫ୍ଲୋ କରନ୍ତୁ । ପୁନଶ୍ଚ, ଏହା କେବଳ ଆପଣଙ୍କ ପ୍ରେରକଙ୍କ ବିଶ୍ୱସନୀୟତାକୁ କ୍ଷତି ପହଞ୍ଚାଇବ ।

### TIP #2

#### Remove People Who Have Unsubscribed

ପରବର୍ତ୍ତୀ ସମୟରେ, CAN-SPAM ନିୟମାବଳୀ ଅନୁଯାୟୀ, ଯେଉଁମାନେ 10 ଟି ବ୍ୟବସାୟ ଦିନ ମଧ୍ୟରେ

ଆପଣଙ୍କ ତାଲିକାରୁ ସଦସ୍ୟତା ଗ୍ରହଣ କରନ୍ତି ସେମାନଙ୍କୁ ଶାରୀରିକ ଭାବରେ ଅପସାରଣ କରିବାକୁ ପଡିବ ।

ସାଧାରଣତ speaking କହିବାକୁ ଗଲେ, ଆପଣଙ୍କର ଇମେଲ୍ ସେବା ପ୍ରଦାନକାରୀଙ୍କର ଏକ ବ feature ଶିଷ୍ଟ୍ୟ ରହିବା ଭବିଷ୍ୟତ ଯାହା

ଏହି ପ୍ରକ୍ରିୟାକୁ ସ୍ୱୟଂଚାଳିତ କରିବାରେ ସାହାଯ୍ୟ କରେ ତେଣୁ ଆପଣଙ୍କୁ ପ୍ରତ୍ୟେକ ଥର ଏହାକୁ ମାନ୍ୟତାରେ କରିବା ପାଇଁ ଅଟକି ଯିବାକୁ ପଡିବ ନାହିଁ ।



### TIP #3

#### Include Your Physical Location in Your Email Signature (ଆପଣଙ୍କର ଶାରୀରିକ ଅବସ୍ଥାନକୁ ଆପଣଙ୍କର ଇମେଲ୍ ଦସ୍ତଖତରେ ଅନ୍ତର୍ଭୁକ୍ତ କରନ୍ତୁ )

ଅନେକ ଇମେଲ୍ ପ୍ରଦାନକାରୀ ଏହାକୁ ଏକ ଆବଶ୍ୟକୀୟ ବ feature ଶିକ୍ଷ୍ୟ ପ୍ରସ୍ତୁତ କରୁଛନ୍ତି, କିନ୍ତୁ ସମସ୍ତେ ତାହା କାର୍ଯ୍ୟକାରୀ କରିନାହାଁନ୍ତି ।

ଏହା ଏପର୍ଯ୍ୟନ୍ତ ଯେକ way ଶସି ଉପାୟରେ, ତୁମେ ତୁମର ଇମେଲରେ ସର୍ବଦା ତୁମର ଭ physical ଠିକ ଅବସ୍ଥାନ (ଏକ ବ valid ଧ ଡାକ ଠିକଣା ଆକାରରେ) ଅନ୍ତର୍ଭୁକ୍ତ କରିବା ଉଚିତ୍ । ଯଦିଓ ଏହା ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ମନେହୁଏ, ଏହା ଆପଣଙ୍କ ବ୍ରାଣ୍ଡରେ ସ୍ପଷ୍ଟତା ଦେଖାଇବା ପାଇଁ ଏକ ଆଦର୍ଶ ଉପାୟ । ଏକ ସରଳ ଠିକଣା ଆପଣଙ୍କ ପାଠକମାନଙ୍କ ପାଇଁ ବିଶ୍ୱାସ ସୃଷ୍ଟି କରେ ଏବଂ ପ୍ରମାଣ କରେ ଯେ ଆପଣ ଆପଣଙ୍କର ଇମେଲ୍ ସେବା ପ୍ରଦାନକାରୀଙ୍କୁ ଏକ ବିଶ୍ୱସନୀୟ, ଉତ୍ତରଦାୟୀ ପ୍ରେରକ ।

ଏକ ସରଳ ଠିକଣା ଆପଣଙ୍କ ପାଠକମାନଙ୍କ ପାଇଁ ବିଶ୍ୱାସ ସୃଷ୍ଟି କରେ ଏବଂ ପ୍ରମାଣ କରେ ଯେ ଆପଣ ଆପଣଙ୍କର ଇମେଲ୍ ସେବା ପ୍ରଦାନକାରୀଙ୍କୁ ଏକ ବିଶ୍ୱସନୀୟ, ଉତ୍ତରଦାୟୀ ପ୍ରେରକ ।

### TIP #4

#### How to Avoid Being Blocklisted (ବ୍ଲକଲିଷ୍ଟ ହେବା ଠାରୁ କିପରି ଦୂରେଇ ରହିବେ )

ଯେତେବେଳେ କେହି ଆପଣଙ୍କର ଇମେଲକୁ ସ୍ୱାମ୍ଭାବରେ ଚିହ୍ନିତ କରନ୍ତି, ସେମାନେ ଆପଣଙ୍କୁ କଳା ତାଲିକାଭୁକ୍ତ କରନ୍ତି । ଭବିଷ୍ୟତରେ ସେମାନଙ୍କ ନିକଟରେ ପହଞ୍ଚିବା କଷ୍ଟକର କରିଥାଏ କାରଣ ଆପଣଙ୍କର ଇମେଲଗୁଡ଼ିକ ସ୍ୱୟଂଚାଳିତ ଭାବରେ ଫିଲ୍ଟର ଦୁର୍ଭାଗ୍ୟବଶତଃ, ବେଳେବେଳେ CAN-SPAM ଅନୁରୂପ ଇମେଲଗୁଡ଼ିକ ଜଙ୍କ ଟେ ହୋଇଯାଏ ।



ଏହାକୁ ଏଡାଇବା ପାଇଁ, ଆପଣଙ୍କର ଇମେଲଗୁଡ଼ିକୁ ଅନୁମତି ଦେବାକୁ ଆପଣଙ୍କର ପ୍ରାପ୍ତକର୍ତ୍ତାଙ୍କୁ ପଚାରିବା ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ । ଏକ କଳା ତାଲିକା ବିପରୀତ ଉପାୟରେ ଏକ ଅନୁମତି ତାଲିକା କାର୍ଯ୍ୟ କରେ: ପ୍ରେରକଙ୍କ ଇମେଲ୍ ଠିକଣା ସେହି ବ୍ୟକ୍ତିଙ୍କ ସମ୍ପର୍କ କିମ୍ବା ଠିକଣା ପୁସ୍ତକରେ ଯୋଗ କରି, ଆପଣଙ୍କର ପ୍ରାପ୍ତକର୍ତ୍ତାମାନେ ଆପଣଙ୍କ ଇମେଲଗୁଡ଼ିକୁ ବିଶ୍ୱସ୍ତ ଏବଂ ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ଭାବରେ ଚିହ୍ନିତ କରିବେ ।  
ଜଙ୍କ ପରି ।

ଗ୍ରାହକମାନଙ୍କୁ ସେମାନଙ୍କର ଠିକଣା ପୁସ୍ତକରେ ଆପଣଙ୍କର ଇମେଲ୍ ଯୋଡ଼ିବାକୁ ପଚାରିବାର ଗୋଟିଏ ଉପାୟ? ତୁମର ଧନ୍ୟବାଦ ବାର୍ତ୍ତାରେ ସେମାନଙ୍କୁ ପଚାର, ଯେତେବେଳେ ବି ଜଣେ ପରିଦର୍ଶକ ତୁମର ତାଲିକାରେ ସବସ୍ଥାପନ କରନ୍ତି । ଯଦି ଆପଣ ଏହି ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ପଦକ୍ଷେପକୁ ଏଡାଇ ଦିଅନ୍ତି, ଅନେକ ପାଠକ ଆପଣଙ୍କ ସମ୍ବେଶକୁ ହରାଇ ପାରନ୍ତି ଯଦିଓ ସେମାନେ ପ୍ରକୃତରେ ଆପଣଙ୍କଠାରୁ ଶୁଣିବାକୁ ଚାହାଁନ୍ତି ।





Congratulations, you are now prepared to try your hand at email marketing! (

ଅଭିନନ୍ଦନ, ଆପଣ ବର୍ତ୍ତମାନ ଇମେଲ ମାର୍କେଟିଂରେ ହାତ ଚେଷ୍ଟା କରିବାକୁ ପ୍ରସ୍ତୁତ!)

ବର୍ତ୍ତମାନ ଆପଣଙ୍କ ବେଲ୍ ଡଲେ ଇମେଲ ମାର୍କେଟିଂର ମ ଲିକଡା ସହିତ, ଇମେଲର ଲାଭ ଉଠାଇବାର ସମୟ ଆସିଛି - ଆପଣଙ୍କ ବ୍ରାଣ୍ଡର ସବୁଠାରୁ ଶକ୍ତିଶାଳୀ ମାର୍କେଟିଂ ଉପକରଣ । ଏହି ଇବୁକ୍ ରେ ଥିବା ଚିପ୍ସଗୁଡ଼ିକ ଅନୁସରଣ କରନ୍ତୁ ଏବଂ ଆପଣ ପାଇବେ ଯେ ଅଳ୍ପ ସମୟ ମଧ୍ୟରେ ଏକ ସକରାତ୍ମକ ROI ଦେଖିବା ପାଇଁ ଆପଣଙ୍କୁ ଏକ ed ତୁପାପୁ ଇମେଲ୍ ମାର୍କେଟିଂ ବିଶେଷଜ୍ଞ ହେବା ଆବଶ୍ୟକ ନାହିଁ ।

ଆରମ୍ଭ କରିବାକୁ, ଆପଣଙ୍କର ଇମେଲ୍ ତାଲିକା ନିର୍ମାଣରେ କାର୍ଯ୍ୟ କରନ୍ତୁ ଯାହା ଯୁକ୍ତ **eventually** ାରା ଆପଣ ଶେଷରେ ଏକ

ଦର୍ଶକଙ୍କୁ ପୋଷଣ ଏବଂ ବିକାଶ

କରିପାରିବେ ଯାହା ଆପଣଙ୍କୁ ପ୍ରଦାନ

କରିବାକୁ ଆଗ୍ରହୀ ଅଟେ ।

ତାପରେ, ତୁମର ତାଲିକାକୁ ଯଥାଶୀଘ୍ର

ସେଗମେଣ୍ଟ୍ କରିବାକୁ ଚିନ୍ତା କର ଯାହା ଯୁକ୍ତ

you ାରା ତୁମେ ସ୍ୱୟଂଚାଳିତ ବାର୍ତ୍ତା

ବିତରଣ କରିପାରିବ ଯାହା ତୁମର ବିକ୍ରୟ

ଫନେଲରେ କେଉଁଠାରେ ଅଛି ତାହା

ଉପରେ ନିର୍ଭର କରି ତୁମର ପାଠକଙ୍କ  
ଆବଶ୍ୟକତା ପାଇଁ ବିଶେଷ ଉପଯୁକ୍ତ ଅଟେ.

ଏବଂ ଆପଣଙ୍କର ଇମେଲ ଏବଂ

ଅଫରଗୁଡ଼ିକ ଆପଣଙ୍କ ଶ୍ରୋତାମାନଙ୍କ

ସହିତ କେତେ ଭଲ ଭାବରେ ପୁନଃ on

ପ୍ରତିରକ୍ଷା କରୁଛି ତାହା ଜାଣିବା ପାଇଁ ଆମେ

ଗୁରୁତ୍ୱପୂର୍ଣ୍ଣ ମେଟ୍ରିକ୍ ଉପରେ ନଜର ରଖୁଛୁ ।

ତୁମେ ଏସବୁ ସମାପ୍ତ କରିବା ବେଳକୁ, ତୁମର ସମସ୍ତ ସଫଳ ଅଭିଯାନ ଗଠନ କରିବାକୁ ଇମେଲ ମାର୍କେଟିଂର ଏକ ଦୃ solid  
ମୂଳଦୁଆ ପାଇବ । ଶୁଭଫଳ!