11 Злых ошибок на старте e-mail маркетинга

Нет отзывов
В рассылках, на сайте в предложениях

Нечитабельный текст
Слишком длинные предложения, перегруженные знаками припинания

Абстрактные выгоды
Будьте конкртеными
"Вы сэкономите" - Сколько?
"Быстрая доставка" - это сколько?

Длинные слова
Индивидиум вместо человек
Посодействовать вместо помочь

Страсть к выделению
Слишком много выделений. Результат = не выделенно ничего

Логикализация
Сухой, безэмоциональный текст

"Мы-кание"
Когда письма пишутся от третьего лица "Коллектив компании X" вместо того, чтобы писать от первого лица (руководителя или другого публичного лица)

Много ссылок
Каждое письмо = одна цель = одна ссылка (может быть несколько раз в тексте)
Исключение, если цель = просто трафик на сайт

Сложный язык текста
текст перегружен терминами и "не речевыми" оборотами

Отсутствие сильных гарантий
Нет гарантий вообще
Гарантия не четкая
Получение гарантии заведомо невыполнима

Нет призыва к дейсвтвию
Нет четкого призыва к действию в конце писем. Читателю не понятно, что от него хотят