

Skuteczny e-mailing

w największym polskim portalu
gastronomicznym

E-mail marketing (E-mailing)

obejmuje wszelkie działania marketingowe, w których wykorzystuje się pocztę elektroniczną w dotarciu do Klienta.

E-mailing można wykorzystać do:

- prowadzenia kampanii reklamowych
- przesyłania newsletterów
- przesyłania biuletynów informacyjnych
- sprzedaży produktów on-line

E – mailing jest efektywną i tanią metodą dotarcia do klienta z przekazem reklamowym i bardzo dobrą formą sprzedaży, o ile opiera się na „wyselekcjonowanej” bazie danych. Bardzo ważna jest jego forma. E – mailing pomaga wtedy utrzymać więź z odbiorcą, buduje zainteresowanie produktem i pozwala na prowadzenie korzystnej polityki informacyjnej.

Doceniono siłę e-mailingu, ale popełniane jest wiele błędów w tej komunikacji.

Przyczyną może być niedostateczna znajomość tego narzędzia i zachowa odbiorców. Poniżej przybliżymy zalety i potrzebę stosowania **właściwej formy E – mailingu**. Skuteczność tego narzędzia wymaga dużego doświadczenia, zarówno w dobraniu odpowiednich tematów, jak również stworzenia chwytliwego i wywierającego odpowiedni skutek przekazu. E – mailing „za zgodą” jest skuteczną alternatywą dla e-mailingu niechcianego-„spamu”. Gastrona.pl służy Państwu doświadczeniem w przygotowywaniu skutecznych kampanii e-mailingowych oraz opracowywaniem wyników kampanii.

1. Forma

O sukcesie przekazu e-mailowego decyduje prosta forma, która spełnia szereg wymogów:

- musi zawierać tekst oraz ilustracje,
- powinna mieć ciekawy temat – zachęcający do kliknięcia w wiadomość,
- ma prezentować treść, przejrzystą i atrakcyjną która zwróci uwagę odbiorcy,
- musi budować wizerunek i zainteresowanie produktem oraz marką,
- powinna być jednym z elementów całościowej strategii promocyjnej firmy,
- powinna być lekka, aby dotarła do odbiorców (najczęściej popełniany obecnie błąd: plik jest rozbudowany, umieszczony na serwerze, do ściągnięcia)
- dedykowana dla konkretnego klienta – w pełni spersonalizowana,
- musi aktywizować kanały dystrybucji i przedstawicieli handlowych
- powinna prowadzić do strony produktu, firmy lub specjalnej prezentacji,
- zawierać automatycznie generowanego e-maila zwrotnego.

2. Struktura bazy danych

- Największa baza Horeca w Polsce = największy zasięg,
- Precyzyjny target = wielostopniowa segmentacja adresów e-mail,

Bardzo szczegółowa segmentacja według województw, typów obiektów, wielkości obiektów czy zajmowanych stanowisk (głównie do właścicieli, osób zarządzających i decyzyjnych) w restauracjach i hotelach

Oto przykładowy podział obiektów noclegowych, gastronomicznych i firm obsługujących ten rynek. Do każdego obiektu/lokalu posiadamy kontakt do osoby decyzyjnej.

Nasza baza zawiera osobiste e – maile pracowników firm z rynku Horeca: jest ich ok. **214.116** (stan na dzień 24 czerwca 2016 roku).

a) Obiekty noclegowe (stan na dzień 24 czerwca 2016 roku):

Województwa	E-mail	Rodzaj obiektu	E-mail	Rodzaj obiektu	E-mail
dolnośląskie	1.684	dom wycieczkowy, turystyczny,	782	pensjonat	2.115
kujawsko-pomorskie	1.014	gospodarstwo agroturystyczne	1.398	pensjonat **	205
lubelskie	918	hostel, hotelik	586	pensjonat ***	132
lubuskie	718	motel	766	pensjonat ****	7
łódzkie	868	hotele	3.484	sanatorium, uzdrowisko	222
małopolskie	2.178	hotele **	1.076	villa, rezydencja, apartament	1.163
mazowieckie	1.453	hotele ***	1.050	zamek, pałac, dwór	129
opolskie	627	hotele ****	268	nie przypisane	2.479
podkarpackie	1.049	hotele *****	53		
podlaskie	748	ośrodek konferencyjno - rekreacyjny	497		
pomorskie	1.576	ośrodek rekreacyjno - wypoczynkowy	1.672		
śląskie	1.342	zajazd	811		
świętokrzyskie	711				
warmińsko-mazurskie	938				
wielkopolskie	1.144				
zachodniopomorskie	1.927				
RAZEM					18.895

b) Lokale gastronomiczne (stan na dzień 24 czerwca 2016 roku):

Województwa	E-maile	Rodzaj obiektu	E-maile
dolnośląskie	3 427	bar	5.097
kujawsko-pomorskie	1 685	fast food	1.768
lubelskie	2 129	cukiernia	1.345
lubuskie	1 280	kawiarnia	1.855
łódzkie	2 024	gospoda	378
małopolskie	2 694	karczma	410
mazowieckie	4 484	zajazd	710
opolskie	1 429	pizzeria	1.669
podkarpackie	1 221	sushi bar	304
podlaskie	902	klub	333
pomorskie	3 159	night club	65
śląskie	2 855	pub	1.582
świętokrzyskie	938	restauracja	10.795
warmińsko-mazurskie	1 376	restauracja **	979
wielkopolskie	2 363	restauracja ***	1.045
zachodniopomorskie	2 440	restauracja ****	268
		restauracja *****	53
		catering	2.388
		stołówka	653
		dom weselny	1.671
		nie przypisane	1.038
Razem			34.406

c) Firmy (stan na dzień 24 czerwca 2016 roku):

Województwa	E-maile
Dolnośląskie	347
Kujawsko-pomorskie	202
Lubelskie	80
Lubuskie	76
Łódzkie	231
Małopolskie	450
Mazowieckie	1.429
Opolskie	62
Podkarpackie	88
Podlaskie	80
Pomorskie	300
Śląskie	384
Świętokrzyskie	39
Warmińsko-mazurskie	93
Wielkopolskie	626
Zachodniopomorskie	156
Razem	
	4.643

3. Korzyści z zastosowania e-mailingu:

- trafia do osób decyzyjnych,
- zostanie wzbudzona potrzeba posiadania/zakupu Państwa produktów czy usług,
- zaktywizowany zostanie dział handlowy Państwa Firmy oraz kanały dystrybucji,
- dla wzmocnienia akcji portal Gastrona.pl opublikuje dodatkowo Artykuł informacyjny na Stronie Głównej www.Gastrona.pl. Artykuł może mieć taką samą treść jak E – mailing. Artykuł jest bardzo dobrze „widoczny” w wyszukiwarce Google.pl jak też podnosi pozycjonowanie Państwa strony www we wszystkich wyszukiwarkach internetowych,
- wzmocniony wizerunek Firmy,
- po każdym wysłaniu E-mailingu, otrzymacie Państwo raport zawierający dane adresowe odbiorców.

4. Raport

* Raport ilościowy

- Dokładne ilości wysłanych e-maili
- Ilość kliknięć w Kartkę
- Ilość wysłanych Zapytań (wpływają na wskazany adres e-mail Firmy)

* Raport jakościowy

Zestawienie Obiektów (nazwa, adres, telefon), które kliknęły w Kartkę (plus Obiekty, które odpowiedziały na e-mailing pisemnie). Przy zamówieniu powyżej 2.000 PLN netto dodajemy Raport jakościowy gratis, przy mniejszych budżetach to dodatkowy koszt minimum 200 PLN netto.

5. Koszt

Cena za wysyłkę jednego e-maila do Użytkownika portalu Gastrona.pl wynosi **0,50 PLN** netto, przy wysyłkach do 5.000 rekordów. Ostateczną cenę wysyłki E – mailingu ustalamy w oparciu o informację, do jakiej grupy E-mailing miałyby być wysłany, czy istnieje możliwość powtórzenia wysyłki w ramach tej samej ceny w krótkim czasie. Cena zależy również od całorocznego budżetu reklamowego firmy.



Sławomir Grzyb

Dyrektor Zarządzający

502 392 206

slawomir.grzyb@gastrona.pl
