



Legjobb tárgymezőim - 2017/18

2017/18 TOP10

A tárgymező az a szöveg, amit az olvasó a legelőször meglát, amikor az emaileket olvassa. Bár az email-marketingben használjuk, de még akkor is hasznos lehet neked ha nem akarsz ezzel foglalkozni. Például akkor, ha emailt küldesz egy potenciális ügyfelednek - már a jól átgondolt tárgymező felkelti a figyelmét és meg fogja nyitni a levelet, nem hagyja elsülyedni a "majd egyszer elolvasom" levelek között. Illetve ezt a tudást bővebben is használhatod, hirdetési szöveg írásakor is segít, tehát a teljes írásos kommunikáción javíthat.

Azt érdemes még tudnod a megnyitási arányokról, hogy ezek iparáganként változnak. Léteznek mérőszámok (ún. benchmarkok), amelyek megmutatják, hogy mennyi az iparági átlag. Ha fölötte vagy, akkor jó, ha alatta, akkor át kell írni.

Itt vannak a Mailchimp hírlevélküldő adatai, 2018-ból (a cég amerikai ugyan, de az egész világon használják, magyarok is):

Iparág neve	Megnyitási arány
Iparág megjelölés nélküli fiók	21,09%
Egészség és fitness	20,06%
Szépségápolás jellegű termékek	17,01%
Üzlet és pénzügyek	20,47%
Tanácsadói szolgáltatások	18,96%
Oktatás és tréning	21,80%
Ingatlanközvetítés	19,67%

Forrás: <https://mailchimp.com/resources/research/email-marketing-benchmarks/>

Magyar hírlevélküldő, a Listamaster statisztikája alapján 2016-ban (frissebbet nem találtam) az átlagos megnyitási arány 20,57% volt. (<http://blog.listamaster.hu/2016-ban-igy-muzsikalt-a-hirlevelkuldes/>)

Tehát azt lehet mondani, hogy ha tömegesen küldesz ki hírleveleket, legyen az akár oktató jellegű, akár reklám, minden 5. olvasód fogja megnyitni és (remélhetőleg) elolvasni.

(Megjegyzés: a valós olvasói arány ennél valószínűleg jobb, mert a hírlevélküldő rendszerek úgy mérik az olvasottságot, hogy egy kis képet töltenek le - aki letöltötte a képet, elolvasta a hírlevelet. De ha az olvasó letiltja a képek letöltését, úgy is el tudja olvasni a hírlevelet - ezt azonban nem méri olvasottnak a rendszer.)

Mostmár, e számok ismeretében tudod értékelni és értelmezni az eredményeimet.

Használati utasítás a táblázathoz

A táblázatban két szám van egymás után, vagy két-két szám.

A két szám jelentése: két listához használtam ugyanazt a tárgymezőt és a második kisebb létszámú, ezért van az, hogy %-ban magasabb a szám, de a valóságban kevesebben olvasták. Például van egy 1000 címet tartalmazó listám és 100 címet tartalmazó másik listám és az első listán 437-en nyitják meg a leveleket, akkor a megnyitási arány 43,7%. Ha a második listán 53-man, akkor a megnyitási arány 53%, ami kiemelkedő, de lényegesen kevesebb olvasót jelent mint az első. Ezért ebből az következik, hogy a valós megnyitási arány inkább az első listáé, mert ott nagyobb az elemszám.

Ahol zárójel van, ott ugyanazt a levelet két kampányban is használtam és a két kampány megnyitási adatai külön-külön vannak.

Tárgymező	Megnyitási arány
Ha szükséged van rá, ennek nagyon fogsz örülni!	36,13%; 38.64%
A sikeres tárgyalás kulcsa az igényfelmérés	41,21%; 48,78%
Biztos és emelkedő bevétel: 8 lépés, két hónap	32,94%; 48,78%
Gyere velem - még 8 órát van dönteni!	28,07%; 45% (35,08%; 55,26%)
Ezt akár Te is kérdezhetted volna - válaszok	27,91%; 39,02% (26,92%; 34,15%)
Már csak 7 órát maradt, hogy early bird áron megrendeld az ÉFK-tréninget!	37,79%;41,46%
Hogyan ismerd fel a csaló, megtévesztő üzleti ajánlatokat	32,77%; 38,46%
Égető szükséged van új ügyfelekre? Felmérés eredménye a levélben	27,18%; 38,46%
Milyen a gyakorlatban egy jól működő értékesítési forgatókönyv?	26,04%; 29,27% (31,94%; 41,74%)
Új videó az automatikus számlázásról	25,67%;31,68

Egy mondatban összefoglalva: a jó tárgymező rövid, az olvasóról szól és/vagy arról, hogy kap valamit és van benne határidő vagy sürgetés.

Használd ezeket a tárgymezőket nyugodtan!

Ha pedig szeretnéd megtanulni, hogyan kell ilyeneket írni - és jó értékesítési szövegeket is, iratkozz be az Értékesítési Forгатókönyv Online Tréningre!

Itt találsz: <https://ertekesitestamogatas.hu/ertekesitesi-forgatokonyv-online-trening/>