7 *SAMURAI TO* SOLVE THE PROBLEMS OF

EMAIL MARKETING



Dari gambar di atas, ada 7 kunci dalam keberhasilan *email marketing:*

* *Delivery Rate* – Tingkat Pengiriman – Tingkat keberhasilan Pengiriman yang diukur atas persentase dari jumlah yang masuk
* Successful deliveries as a percentage of list size.
* *Open Rate* – Jumlah subscribers yang membuka dilihat dari persentase dari email yang dikirim berupa respon.
* *Click Rate* – Tingkat Klik – Jumlah klik dalam email dari persentase email yang dibuka
* *Unsubscribe Rate* – Tingkat Berhenti Berlangganan – Jumlah penerima yang berhenti berlangganan (unsubscribe) dilihat dari persentase dari email yang dikirimkan.
* *SPAM Complaints* – Jumlah total penerima yang menandai email sebagai “SPAM” atau sampah untuk setiap pengiriman email.
* *Active Ratio* – Jumlah penerima email yang secara konsisten membuka dan berinteraksi dengan email sebagai persentase dari ukuran yang masuk terdaftar
* *Post-Click Activity* – Aktivitas Pasca-Klik – Volume prospek yang dihasilkan, produk yang dijual, atau tujuan khusus merek lainnya yang diselesaikan sebagai hasil pemasaran email ke audiens yang ditargetkan. **Catatan:** Matrik untuk aktivitas pasca-klik biasanya tersedia dalam analitik situs web (mis. Google Analytics) atau platform analitik e-niaga (mis. Shopify).

Sisi positif keberhasilan email marketing akan berdampak pada peningkatan penjualan produk, sedang sisi negative berupa kegagalan akan menimbulkan kerugia. Berikut kemungkinan sisi negatif hasil tersebut yang disebabkan:

Low Click Rate

Low Delivery Rate

Low Open Rate

Limited Post-Click ActivityRatioComplaints

High SPAM Complaints

High Unsubscribe Rate

Low Active RatioComplaints

Pertanyaan:

Buatlah kelompok, berika solusi atas bagaimana cara mengatasi 7 permasalahan dalam email marketing tersebut agar pemasaran perusahaan berhasil.