

## EMAIL-МАРКЕТИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗАЛУЧЕННЯ ТА УТРИМАННЯ КЛІЄНТІВ

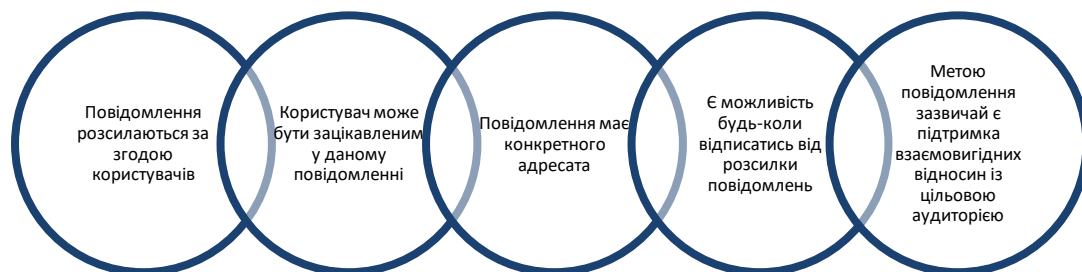
*Підкопай Д.В., здобувач вищої освіти,  
ep222pdv@stud.khadi.kharkov.ua*

*Науковий керівник: Токар І.І., асистент*

*Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Email-маркетинг є одним із найпоширеніших та ефективних інструментів в сучасному маркетингу. Цей метод сприяє залученню нових клієнтів, утриманню і розвитку існуючих, а також підвищенню продажів та впізнаваності бренду. Дієвий email-маркетинг – це не просто надсилання листів на електронну пошту. Це комплексна стратегія, побудована на добре розробленому плані, аналізі даних, та вмінні створювати цікавий та вартісний контент.

Основні характеристики email-розсилки наведено на рисунку 1.



**Рисунок 1 – Основні характеристики email-розсилки [1]**

Початок ефективної стратегії полягає у формуванні списку розсилки. Першим і найважливішим кроком в email-маркетингу є створення якісного списку адрес електронної пошти вашої цільової аудиторії. Якість списку визначатиме успіх всієї кампанії. Покупці, які дали згоду на отримання вашої інформації, вже зацікавлені в

вашому бренді, що полегшує завершення конверсії. Отже, важливо активно працювати над збільшенням і підтриманням вашого списку.

Успішний email-маркетинг не обмежується загальними масовими листами. Персоналізація є ключовим фактором в залученні та утриманні клієнтів. Використовуючи ім'я адресата, а також надсилаючи інформацію, яка відповідає їхнім індивідуальним потребам та покупців, ви створюєте більш близький та довірливий зв'язок. Ця стратегія може забезпечити вищі показники відкриття листів і конверсії.

Один із основних елементів ефективного email-маркетингу – це зміст листів. Листи повинні бути цікавими, вартісними та інформативними для ваших клієнтів. Вони можуть містити акції, розпродажі, корисну інформацію, новини та багато іншого. Важливо знати свою цільову аудиторію, її потреби та очікування, щоб надавати їй релевантний зміст.

З впливом сучасних технологій звички споживачів змінюються, і все більше людей надають перевагу мобільним пристроям для доступу до інтернету та електронної пошти. Тому email-кампанії повинні бути оптимізовані для мобільних пристроїв. Це означає, що листи повинні виглядати добре та читатися легко на екранах смартфонів та планшетів.

Email-маркетинг не закінчується надсиланням листів. Постійний аналіз результатів кампаній та внесення коректив – ключ до успішної стратегії. Моніторинг відкриття листів, кліків на посилання, конверсій та інших метрик дозволяє визначити, що працює і що потребує вдосконалення. Постійне вдосконалення маркетингової стратегії на основі даних допоможе досягти найкращих результатів.

Email-маркетинг є потужним інструментом для залучення та утримання клієнтів. Правильно побудована стратегія дозволяє підтримувати зв'язок з вашою аудиторією, надавати їм цінну інформацію та заохочувати до дій. Ретельне планування, персоналізація, якісний зміст та постійний аналіз – ось ключі до успіху в email-маркетингу. Інвестування часу та ресурсів у цей інструмент надасть позитивний вплив на бізнес підприємства.

### **Література.**

1. Скригун Н. П., Семененко К. Ю., Авраменко І. М. Е-mail як ефективний канал маркетингових комунікацій. *Причорноморські економічні студії*. 2016. Випуск 6. С. 106-110.