



Sella Yoffe

Email Deliverability & Email Marketing Expert
Podcast host & Blogger @ CRM.BUZZ

מיתוסים שכיחים באימייל מרקטינג

מיתוסים, אגדות ועצות לא טובות (רשימה חלקית)



Sella Yoffe

Email Deliverability & Email Marketing Expert
Podcast host & Blogger @ CRM.BUZZ

פתיחת אימיילים, המדד הכי חשוב

- מדד "פתיחת" אימיילים התקבע לא בצדק כמדד החשוב ביותר.
- מדדי פתיחה אף פעם לא היו מדויקים.
- שינוי הפרטיות של אפל (IOS 15) (MPP) שיבש עוד יותר את מדדי הפתיחה.
- פתיחה = מדד engagement (גם מדדי הקלקה) ולא מדד עסקי (כגון RPE - Revenue Per Email).
- גם מדדי פתיחה וגם מדדי הקלקה חשובים כדי לזהות מגמות חיוביות או שליליות בתוכנית האימיל מרקטינג.



Sella Yoffe

Email Deliverability & Email Marketing Expert
Podcast host & Blogger @ CRM.BUZZ

אימות דומיין מבטיח הגעה ל-inbox?

- אימות דומיין הוא "סף הכניסה" לעבירות אך אינו מבטיח הגעה ל-inbox.
- אימות הדומיין (או sub domain) מאפשר למדוור לבנות reputation עצמאי המבוסס על הדומיין שלו.
- אימות דומיין במערכות המדורות מבוצע ע"י הטמעה נכונה של פרוטקולי אימות דומיין: SPF, DKIM.
- DMARC אינו פרוטוקול אימות דומיין. נדרשת הטמעה ואבולוציה נכונים (תיקח מספר חודשים להגיע ל-reject) על מנת לזכות בשיפור עבירות.
- ישנם גורמים רבים נוספים המשפיעים על העבירות, כגון ה-reputation של כתובות ה-IP (שמערכות הדיוור מקצות למדוורים), ה-reputation של ה-ESP (מערכת הדיוור עצמה), איכות הנתונים (מקור כתובות האימייל ואיכותן), הקישורים, דיווחים על ספאם, ה-reputation של התוכן, engagement קודם ועוד ועוד.



Sella Yoffe

Email Deliverability & Email Marketing Expert
Podcast host & Blogger @ CRM.BUZZ

מילים ספאמיות (spammy words)

- סינון אימייל נעשה בעבר בין השאר על ידי זיהוי מילים בכותרות ובגוף המייל. מילים כגון "חינם", "הנחה" ועוד מאות מילים נחשבו כמילים ספאמיות.
- כלים שונים בתוך מערכות דיוור וכלים חיצוניים לבדיקת רמת הספאמיות של אימייל יתחשבו במילים ספאמיות בציון שהן יתנו לנוסח האימייל.
- אלא שמילים ספאמיות אינן רלוונטיות בסינון ספאם כשמדוורים אל Gmail (ואל דומיינים של MBP גדולים רבים אחרים). יתכן ש-Gmail ישתמש במילים ספאמיות כדי לאפיין האם מדובר באימייל פרסומי כדאי להעביר אותו אל טאב קידומי המכירות.
- יש משמעות חלקית למילים ספאמיות בדיוורים אל B2B שבחלקם משתמשים עדיין בסינון ספאם מבוסס מילות מפתח.



Sella Yoffe

Email Deliverability & Email Marketing Expert
Podcast host & Blogger @ CRM.BUZZ

טאב קידומי המכירות ב-Gmail = ספאם

- Gmail הושק ב-2004.
- ב-2013 גוגל הציגה שינוי תפיסתי וחילקה את תיבת ה-inbox לשבע קטגוריות ניתנות לסינון וחיפוש תוכן.
- אחד הטאבים הוא טאב קידומי המכירות (Promotions Tab) אליו גוגל תעביר מיילים שיווקיים, מיילים מכירתיים, דילים, ניוזלטרים, מבצעים, מיילים הכוללים הנעה לפעולה (Call To Cation), מיילים שמקורם ברשימת תפוצה (היא יודעת לזהות שמקור הדיוור ברשימת תפוצה).
- טאב קידומי המכירות הוא Inbox לכל דבר.
- תיבת הספאם היא תיבה נפרדת לחלוטין.
- סקר של Validity מעלה כי כ-20% בלבד אינם טורחים לבדוק כלל את טאב קידומי המכירות.
- אפשר לעשות מאמצים "לצאת משם" (זה אפשרי), אך לא הייתי משקיע בזה את כל האנרגיה.



Sella Yoffe

Email Deliverability & Email Marketing Expert
Podcast host & Blogger @ CRM.BUZZ

חייבים למחוק מהרשימה מי שלא פתחו אימיילים בתקופה האחרונה

- ראשית כדאי להבין האם נמענים לא מקבלים אימיילים בגלל בעיות עבירות (deliverability).
- פעמים רבות לא ניתן לראות engagement במערכות הדיוור והכתורות מתפקדות כסוג של SMS השומר את המותג ב- Top Of mind ומניע לפעולה מחוץ למערכת הדיוור.
- במקום מחיקת קהלים כדאי לעבור לניהול הקהלים על ידי מסרים שונים, תדירות דיוור אחרת ומערכות שמסוגלות לנטר פעילות מחוץ למערכת הדיוור.