

Jak získat a udržet čtenáře newsletteru

Vydávání newsletteru dnes patří k jedněm z neefektivnějších a zároveň nejlevnějších marketingových metod, jak oslovit potenciální zákazníky. Základem pro úspěšné uvedení newsletteru do praxe je získání široké a zároveň kvalitní čtenářské základny, z níž by se v budoucnosti mohla část čtenářů stát zákazníky. Nejen k dosažení tohoto cíle by vám mělo pomoci následujících pět rad.

1. Registrace k odebírání newsletteru

Uvažujete-li o získávání nových čtenářů prostřednictvím vašich webových stránek, máte několik možností, jak nabídnout uživatelům zaslání newsletteru:

- **PŘI REGISTRACI K NĚJAKÉ SLUŽBĚ**
- **PŘI OBJEDNÁVCE ZBOŽÍ**
- **SAMOSTATNÝM REGISTRAČNÍM FORMULÁŘEM URČENÝM VÝHRADNĚ PRO PŘIHLÁŠENÍ K ODBĚRU NEWSLETTERU**

Většina uživatelů nerada sděluje na setkání své osobní údaje, proto je velice nevhodné, abyste uživatele v registračním formuláři zahltili mnoha požadavky - rodným číslem počínaje a velikostí bot konče. Úplně stačí, když vám uživatel sdělí svůj email. Na další, pro vás důležité informace, se můžete čtenáře zeptat až po jeho registraci.

S obsahem registračního formuláře jde ruku v ruce i jeho pozice na vašich webových stránkách. Formulář byste měli umístit jen na ty stránky, které nějakým způsobem souvisí s tématy vašich newsletterů. Tím se zvýší šance, že se k odběru newsletteru přihlásí jen opravdoví zájemci o danou problematiku. Navíc nebude přítomnost formuláře „otravovat“ uživatele, kteří o newsletter nemají zájem.

2. Nechte si potvrdit registraci

Poté, co se uživatelé zaregistrují, dejte jim možnost, aby svoji registraci nějakým způsobem potvrdili. Potvrzení je velice důležité proto, aby se zamezilo zneužití emailové adresy někoho, kdo si váš newsletter vůbec neobjednal. Ten by mohl být nevyžádaným emailem rozezlen a image vaší společnosti by vzala v jeho očích za své.

Jak si tedy registraci nechat potvrdit? Nejlepším řešením je email, který čtenář obdrží ihned po zaregistrování a ve kterém je uveden odkaz pro potvrzení registrace. Uživatel jen klikne na odkaz v emailu a dostane se na stránku, kde ho čeká zpráva o tom, že byl odhlášen od odebírání newsletteru. Zároveň se vymaže jeho email z vaší databáze.

3. Zamyslete se nad obsahem newsletteru

Seznam čtenářů s jejich emaily a potvrzením máte, je tedy čas na poslání prvního newsletteru. Pamatujte si jedno. Ať už budete posílat první nebo stý newsletter, je velice důležité, aby jeho obsah byl přínosný hlavně pro čtenáře. Témata newsletteru musí mít souvislost se zaměřením vašeho webu, respektive musí být pro uživatele zajímavá. Pokud toto pravidlo nedodržíte a budete psát o něčem, co čtenáře nebude jistojistě zajímat, pak se připravte, že začnete čtenáře ztrácet.

Kromě obsahu newsletteru si dejte pozor i na jeho formu. Informační bulletin by neměl být zbytečně dlouhý a nepřehledný. Většina uživatelů totiž nerada čte dlouhé texty. To platí nejenom na webu, ale zejména v případě jejich emailové schránky, kde na ně každý den čeká několik emailových zpráv. Proto se snažte být struční a

věcní. Vždy se zamyslete nad tím, jestli by se vám chtělo podobně dlouhý newsletter číst, kdybyste byli vy na čtenářově místě. Při vytváření newsletteru se zaměřte na tyto aspekty:

- **ZAJÍMAVÝ OBSAH PRO ČTENÁŘE**
- **PŘIMĚŘENÁ DÉLKA**
- **PŘEHLEDNOST**
- **VÝSTIŽNOST**
- **VĚCNOST**

4. Dodržujte sliby

Snažte se dodržovat sliby, které vašim čtenářům dáte. Pokud je při registraci uvedeno, že budete posílat newsletter jednou za měsíc, opravdu posílejte jen jeden newsletter měsíčně. Když vámi dané sliby nedodržíte, můžete nejenom ztratit mnoho čtenářů, ale i zhoršit image vaší společnosti v jejich očích.

5. Dejte uživatelům šanci se odhlásit

Když se chtějí odběratelé newsletteru od zasílání odhlásit, není to pro vás zrovna dobrá zpráva. Nicméně je to jejich rozhodnutí a vy ho musíte respektovat. Snažte se alespoň čtenářům usnadnit cestu k odhlášení. Pokud jim budete newslettery posílat i přesto, že je čtenáři dostávat nechtějí, jenom to zhorší jejich vztah k vaší značce a vy se můžete dostat do konfliktu se zákonem o spamu.

V praxi se k odhlášení používají nejčastěji tyto dva způsoby:

- **ČTENÁŘ KLIKNE NA ODKAZ V NEWSLETTERU A DOSTANE SE NA STRÁNKU, KDE SE POMOCÍ FORMULÁŘE ODHLÁSÍ**
- **ČTENÁŘ POŠLE EMAIL S URČITÝM PŘEDMĚTEM A OBSAHEM (NAPŘÍKLAD SLOVO „UNSUBSCRIBE“) JAKO ODPOVĚĎ NA NEWSLETTER**

V obou případech by mělo jít vymazání čtenářova emailu z vaší databáze automaticky.

Pokud to myslíte s vydáváním newsletteru opravdu vážně, pak by vám dodržování našich rad mělo přinést ovoce. Budete-li stavět čtenáře až na první místo, jistě se vám sami odmění – z pouhých čtenářů se promění v zákazníky.

Marek Hrečka