

Петр Панда

30 шаблонов заголовков для email-писем.

Примеры с высокой конверсией

Просматривая список входящих писем, человек еще не знает, какие заманчивые предложения ждут его в каждом продающем письме. А может никогда и не узнать! Если заголовок сообщения не вызовет у него желания поскорее его открыть, оно будет безжалостно удалено!

Мы предлагаем подборку шаблонов заголовков для рассылки, которые действительно способны увеличить количество совершаемых сделок.

Мы не пытались их классифицировать и не ставили целью приводить конкретные примеры. Это лишь общие идеи, которые сотрудники, занимающиеся e-mail рассылкой, смогут адаптировать для своих проектов в зависимости от специфики деятельности компании и конкретных целей.

1. Вопрос о [цель]» или «Здравствуйте [имя], [вопрос]?»

Что это за вопрос? Заинтригованному клиенту придется открыть сообщение, чтобы утолить свое любопытство. А на вопрос всегда хочется ответить. Статистика подтверждает, что письма с заголовками-вопросами открывают и, главное, на них отвечают.

2. «[Имя общего знакомого] рекомендовал связаться с Вами» или «Я нашел вас благодаря [имя реферала]»

Существует немного вещей, сравнимых по значимости с рекомендацией авторитетного человека. Чем больше ваш возможный покупатель будет доверять человеку, давшему рекомендацию, тем более убедительным будет для него ваше письмо.

3. «Приятно познакомиться, [имя клиента]!»

Скачали ли они фрагмент контента или посетили ваш прайс-лист, пусть ваши потенциальные клиенты знают, что вы заметили их интерес, и для вас важно не потерять контакт.

4. «Наши дальнейшие шаги»

Используйте эту тему для того, чтобы держать потребителя в поле зрения после первого контакта или для возобновления сотрудничества.

5. «Не открывайте это письмо»

Если вы проводили время с малышами, вы знаете, что когда их просят не делать то-то или то-то, как правило, они тут же начинают это делать. Взрослым тоже это свойственно! Обратная психология для победы!

6. «# вариантов для успешного старта»

Опишите несколько ключевых моментов начала своих отношений с клиентом в теле письма (предложение контента, телефонный звонок, возможность обновления для существующих клиентов и т. д.), и у вас все будет отлично.

7. «Мне остаться или уйти?»

Если вы какое-то время не получали ответа от вашего потенциального клиента, используйте эту тему, тем самым мотивируя его либо принять решение о сотрудничестве, либо полностью от него отказаться.

8. «Разрешение закрыть ваш файл?»

Сообщение о возможном разрыве в теме письма возлагает на потенциального потребителя ответственность сделать шаг навстречу.

9. «Если вы вдруг передумаете насчет партнерства с [название вашей компании]»

С помощью такого заголовка тоже можно нарушить тишину, оставив выбор за возможным клиентом.

10. «Вы знаете это о [сфера интереса]?»

Предлагая полезную подсказку или статистику на тему, интересующую потребителя, вы становитесь для него авторитетным источником информации и в то же время просто поддерживаете разговор.

11. [Имя клиента], я подумал, вам понравятся эти блоги ...

Включите имя вашего клиента в строку темы, в тексте сообщения может быть любой материал, представляющий для него интерес. Это отличный способ проверить активность потребителей, которые перестали с вами работать, или совсем не отвечают на ваши сообщения.

12. «Получили ли вы то, что искали?»

Используйте этот заголовок, чтобы следить за потенциальным потребителем или посетителем веб-сайта. Ему явно нужно помочь, так спросите, чем вы можете быть полезными.

13. [отличающийся заголовок]

Многие люди злоупотребляют заглавными буквами при написании темы письма. Исходя из этого, строка, набранная маленькими буквами, будет выделяться.

14. «Надеемся помочь»

Вы слышали? Эпоха «Всегда заключай сделку» закончилась; сегодня успешные продавцы следуют лозунгу “Всегда помогай!” Сделайте этот слоган лицом программы – будущие клиенты оценят вашу открытость и готовность помочь.

15. «[выгода] для [компания потенциального клиента]»

Конкретные примеры выгоды и индивидуализированная тема письма привлекут вашего покупателя:

- Новая стратегия ЛР для группы компаний “Протек”;
- Экономия в 25 000 000 рублей для “Национальной компьютерной корпорации”;
- 3 месяца бесплатного пользования сервисом для он-лайн школы “Languages for you”.

16. «# советов / идей для [проблемный момент]»

Люди любят пронумерованные списки (следовательно, нужно больше статей с пронумерованным перечислением фактов). Вставьте цифру в строку темы, чтобы вызвать интерес.

17. «Где моя любовь?»

Если ваш потенциальный клиент куда-то исчез, используйте эту тему, чтобы высмеять ситуацию и заставьте его улыбнуться.

18. «Вы не одиноки»

Эта тема письма задевает за живое в двух аспектах:

- Она интригует;
- Она очень человечна.

Если вы знаете, что ваш возможный потребитель столкнулся с трудной задачей, расскажите ему о том, как другие преодолели подобное препятствие.

19. «Вам грустно? Как малышам панды?»

Кому не нравятся маленькие панды? Такая тема письма заставит вашего возможного клиента открыть сообщение, в котором он найдет чудесное видео с участием панд или гифку чихающего малыша панды (выберите свой забавный вариант). Это Петр Панда может нравиться или не нравиться, а вот REAL панды нравятся всем! Без вопросов.

20. «Чувствуете себя [вставить эмоцию]? Позвольте мне помочь!»

Упомяните о текущих событиях в сфере интересов ваших клиентов.

Адресная работа маркетологов во время напряженных недель накануне

Черной пятницы? Попробуйте: «Вы нервничаете? Позвольте мне помочь!»

Затем расскажите, как ваш продукт или услуга может облегчить их нагрузку.

21. «Идея для [тема, которая важна для будущего клиента]

Свежая идея? Конечно она мне нужна! * Кликает мышкой*

22. «Поддержка [компания потенциального клиента] через 10 минут»

Если верить специалистам, такой заголовок электронного письма надежно обеспечивает приток новых потребителей.

23. «10 минут – [встреча]?»

Коротко, легко и прямо в точку. Если вы продолжите в том же духе писать и само сообщение, ответы буквально полетят вам навстречу.

24. «У нас есть общее [вставить факт]» ...

Проведите пять минут, просматривая аккаунты вашего клиента в социальных сетях. Бьюсь об заклад, вы сможете найти хотя бы одну общую черту! Даже если речь идет о том, что у вас обоих есть фотография, на которой вы едите спагетти.

25. «Поэтапный план для вашей напряженной рабочей недели»

Вы знаете проблемные моменты вашего идеального клиента? Тогда сделайте на них акцент и дайте краткие, полезные советы, как он может справиться с трудностями в течение предстоящей недели.

26. «3 идеи выходного дня для вас»

Пытаетесь возобновить отношения с ценным клиентом? Найдите несколько способов, как провести время в его городе на этих выходных, и отправьте ему.

27. «Мне все нравится в этом письме!»

Используйте эту цитату в строке темы, и люди не смогут проигнорировать ваше сообщение. В тексте подшутите над преувеличением, написав что-то вроде: «Ладно, хотя мой начальник так сказал, но ...»

28. «Решите вашу [проблему] сейчас»

Если ваш товар или услуга помогает клиентам справиться с проблемой, этот заголовок привлечет их внимание, и в большинстве случаев письмо будет открыто.

29. «Последняя возможность: [Название товара] заканчивается через [#] часов»

Такой продающий заголовок идеально подходит, если нужно предложить скидки. Например: “Последний шанс! Подпишитесь сейчас и получите 4 бесплатных месяца!”

30. [Оставшееся время]: [Что предлагается] [скидка]

Дефицит может увеличить статистику открытых писем (и продажи). Если существуют определенные временные рамки, или наличие товара ограничено, необходимо сообщить об этом прямо в теме продающего письма.

Если человек включен в список рассылки компании, он уже ваш. Почти. Осталось лишь убедить его, что ему нужна ваша услуга или ваш товар. А для этого нужно хотя бы заставить его открыть письмо. Именно поэтому вы просто обязаны составить такой заголовок, который даст понять адресату, что ваше письмо заслуживает внимания... .

Копирайтер Ольга Новикова +7 952 539 61 48

Источники:

Адаптация англоязычных материалов

Адаптация франкоязычных материалов

Компиляция материалов Петра Панды

Надеюсь, что советы Панды будут Вам полезны и напоминаю, что Вы можете заказать мне тексты не только для email-рассылки, но и другого характера и направленности.

