



DOSTARCZALNOŚĆ W E-MAIL MARKETINGU (CHECKLISTA MARKETERA)

1. Konfiguracja domeny wysyłkowej – (czy posiadasz wdrożone:

 SPF DKIM DMARC

2. Baza subskrybentów częstotliwość wysyłek – (czy Twoja baza jest:

- Budowana organicznie
- Pozyskiwana w modelu double opt-in
- Segmentowana (np. po zainteresowaniach czy źródle pozyskania)
- Czystszona (przykładowe reguły filtrowania):
 - Ilość kontaktów aktywnych (otworzyli jakąkolwiek wiadomość w ostatnim miesiącu):
 - Ilość kontaktów średnio-aktywnych (otworzyli jakąkolwiek wiadomość od ciebie w ostatnich 4-6 miesięcy)
 - Ilość kontaktów nieaktywnych (nie otwierają twoich wiadomości od co najmniej pół roku)
 - Twarde zwrotki
 - Kontakty nieaktywne i twarde zwrotki powinny zostać wykluczone z dalszej komunikacji mailowej.

3. Szablon mailowy – (czy twój szablon zawiera:

- Logo
- Stopkę z danymi teleadresowymi i/lub odesłaniem do social media
- Odpowiedni stosunek tekstu do grafiki (60:40 lub 50:50)
- Przejrzyste, łatwo dostrzegalne nagłówki i komunikaty
- Content bez użycia spammerskich haseł

