

۲۳ قالب آماده ایمیل بازاریابی و فروش



۲۳ قالب آماده‌ی ایمیل بازاریابی و فروش	عنوان
تیم تولید محتوای دیدار	ترجمه و گردآوری
الهه پروانه‌وار	به سرپرستی
سمیرا گلشن	گرافیک
ساجده مختارپور	صفحه‌آرا
پاییز سال ۱۴۰۱	زمان انتشار
ابردازش دیدار	ناشر
فروش و بازاریابی	موضوع

کلیه‌ی حقوق مادی و معنوی این کتاب متعلق به شرکت ابرایانش **دیدار** می‌باشد. انتشار این کتاب بدون دستکاری در محتوای آن و فقط به صورت آنلاین، نه تنها مجاز بلکه باعث خشنودی است.

توجه!

با توجه به اینکه کتاب‌های رایگان منتشر شده توسط دیدار به صورت دوره‌ای به‌روزرسانی می‌شوند، اگر این کتاب را از مسیر دیگری جز سایت ما دانلود کرده‌اید، برای دریافت آخرین نسخه‌ی کتاب «۲۳ قالب آماده‌ی بازاریابی و فروش» روی لینک زیر کلیک کنید.

[لینک دریافت این کتاب از سایت دیدار](#)

فهرست

۶	مقدمه.....
۷	نمونه‌ی متن ایمیل تأیید اولیه.....
۸	قالب ایمیل خوش‌آمدید.....
۱۰	نمونه‌ی متن ایمیل فروش.....
۱۲	نمونه‌ی متن ایمیل پیگیری.....
۱۳	الگوی ایمیل تأیید نهایی.....
۱۴	الگوی ایمیل «تأیید ارسال».....
۱۵	قالب ایمیل فاکتور.....
۱۶	قالب ایمیل سبد خرید رهاشده.....
۱۷	نمونه‌ی متن ایمیل برای تشویق به کامنت.....
۱۸	قالب ایمیل نظرسنجی (لحن رسمی).....
۱۹	قالب ایمیل نظرسنجی (لحن غیررسمی).....
۲۰	نمونه‌ی متن ایمیل برای «نظرسنجی رضایت مشتری».....

- ۲۳ قالب ایمیل خدمات مشتری برای مشتریان ناراضی
- ۲۵ قالب ایمیل «دعوت به جلسه‌ی تجاری»
- ۲۶ نمونه‌ی متن ایمیل تشکر و قدردانی
- ۲۷ قالب آماده‌ی ایمیل برای معرفی (شخصی)
- ۲۸ نمونه‌ی آماده‌ی ایمیل برای آگهی ترفیع و انتقال کارمند
- ۲۹ قالب ایمیل برای پیشنهادات تبلیغاتی جدید
- ۳۰ قالب ایمیل رسمی برای معرفی برند
- ۳۱ قالب ایمیل درخواست شغل
- ۳۳ نمونه‌ی متن ایمیل برای کاورلتر یا CV
- ۳۵ الگوی ایمیل توصیه‌نامه
- ۳۷ متن آماده‌ی ایمیل برای تشکر از مصاحبه‌ی کاری
- ۳۸ جمع‌بندی

مقدمه

اولین سؤالی که بعد از دریافت هر ایمیل جدیدی به ذهنتان خطور می‌کند چیست؟ برای مثال، «این چه ایمیلیه؟ بازش کنم یا نه؟» سؤالی که هر بار با دیدن ایمیل‌های جدید در صندوق ایمیل به ذهنمان می‌آید. اگر آن شخصی که این سؤال را از خودش می‌پرسد، یکی از مشتری‌های بالقوه‌تان باشد، جواب سؤال بالا مستقیماً روی چک حقوق ماهیانه‌تان تأثیر می‌گذارد. پس طبیعتاً می‌خواهید جواب آن «بله» باشد. بعد از باز کردن ایمیل هم به مسئله‌ی بعدی می‌رسیم: اینکه گیرنده‌ی ایمیل نمی‌داند جواب ایمیل را بدهد یا نه. جواب این سؤال هم روی حقوقتان تأثیرگذار است. پس قطعاً می‌خواهید جواب این سؤال هم مثبت باشد. بررسی کمپین‌های ایمیل مارکتینگ مختلف، ما را به این نتیجه رساند که بیشتر کسب‌وکارها به قالب‌های آماده‌ی ارسال ایمیل نیاز دارند. بنابراین تصمیم گرفتیم انواع قالب‌های ارسال ایمیل را یکجا جمع‌آوری کنیم و در اختیار مخاطبانمان هم بگذاریم.

در نتیجه ۲۳ قالب ایمیل آماده شد که همراه با تحلیل ویژگی‌های اصلی آن در این راهنما ارائه خواهیم کرد.

۱. نمونه‌ی متن ایمیل تأیید اولیه

ایمیل تأیید اولیه یا همان Verification اولین ایمیلی است که کاربر جدید بعد از ثبت نام در لیست ایمیل شما دریافت می‌کند. خیلی از شماهایی که این مقاله را می‌خوانید، تجربه‌ی دریافت این ایمیل‌ها را دارید.

مطمئناً بعد از ثبت نام در سایتی مشخص، از شما خواسته شده که ایمیل تأیید را باز کنید و آدرس ایمیل خود را تأیید کنید.

هدف اصلی این ایمیل، رساندن مخاطب به دکمه‌های «اشتراک خود را تأیید کنید» یا «ایمیل خود را تأیید کنید» است.

از آنجاکه مخاطب از همان اول به دنبال این دکمه می‌گردد، باید به طور مختصر به کاربر جدید خوش آمد بگوییم و هرچه سریع‌تر او را به دکمه‌ی دعوت به عمل (CTA)، هدایت کنیم. برویم سراغ نمونه‌ی متن ایمیل برای این هدف:

[نام کاربر] عزیز!

از اینکه در خبرنامه‌ی هفتگی ما ثبت نام کرده‌اید سپاسگزاریم. قبل از شروع، باید آدرس ایمیل خود را تأیید کنید.

برای تأیید آدرس ایمیل روی دکمه‌ی زیر کلیک کنید تا رسماً یکی از ما شوید!

[دکمه CTA]

۲. قالب ایمیل خوش‌آمدید!

ایمیل خوش‌آمدگویی فرصتی برای تقویت روابط جدید است. یعنی هدف از این نوع ایمیل بازاریابی، برقراری ارتباط صمیمی‌تر با کاربرهایی است که برای اولین بار با برند شما تعامل داشته‌اند.

ایمیل خوش‌آمدگویی نوعی معرفی برای برند شماست. یعنی قرار است به مخاطبین بگوید حوزه‌ی کاری شما چیست. اینجا است که مخاطب با لحن یا Tone برند شما آشنا می‌شود و توی ذهنش استانداردهایی را برای ارتباطات تجاری آینده تعیین می‌کند. نمونه‌ی متن ایمیلی را که در ادامه می‌آوریم، چندین بار ویرایش کنید تا مطمئن شوید با برند و مخاطبان هدف شما مطابقت دارد. حتماً آنچه را که از مخاطب می‌خواهید در زیرلایه‌های متن بیاورید. هم‌زمان به این توجه داشته باشید که کسب‌وکار شما باید تأثیر اولیه‌ی خوبی روی ذهن مخاطب داشته باشد.

برای شروع می‌توانید از قالب ایمیل زیر استفاده کنید و آن را برای برندگان سفارشی کنید.

[نام کاربر] عزیز!

به [نام برند] خوش‌آمدید! خوشحالیم که به گروه ما ملحق شده‌اید!

هدف [نام برند] [مأموریت برند] است.

ما [مثلاً ۵] بار در هفته برای شما ایمیل ارسال می‌کنیم.

ایمیل‌های ما حاوی اطلاعات ارزشمندی برای کمک به شما در طول مسیر هستند و گاهی اوقات ممکن است محصولی را که به آن اعتقاد داریم توصیه کنیم.

امیدواریم از وقت گذراندن با ما لذت ببرید و در عین حال، با خیال راحت [لینک منابع آموزشی برند] را بررسی کنید.

آرزوی بهترین‌ها

[نام برند]

۳. نمونه‌ی متن ایمیل فروش

هدف از ایمیل فروش جلب توجه شخصی است که می‌خواهید با او جلسه‌ی فروشی داشته باشید، تماس تلفنی برقرار کنید یا روی مرحله‌ی بعدی قرارداد توافق کنید.

پیشنهاد ما این است که قبل از تهیه‌ی پیش‌نویس و ارسال ایمیل‌های فروش، برای تحقیق کامل و درک نیازهای مشتریان احتمالی وقت زیادی بگذارید. اگر مخاطب احساس کند شما ارزشی برای ارائه دارید یا قرار است یکی از مشکلاتش را حل کنید، به احتمال زیاد ایمیلتان جواب می‌گیرد.

از آنجایی که این ایمیل‌ها برای مشتریان بالقوه فرستاده می‌شوند، برای ویرایش و شخصی‌سازی این نمونه‌ی متن ایمیل وقت زیادی بگذارید.

سلام [نام مخاطب]،

امیدوارم حال شما خوب باشد.

اجازه دهید با این شروع کنم که من از طرفداران پروپاقرص کار شما هستم! همین هم باعث شد که قدم پیش بگذارم و این ایمیل را بفرستم.

من به دلیل [دلیل ارسال ایمیل] وقت شما را می‌گیرم.

بعد از تحقیق در مورد [شرکت هدف]، متوجه شدم شما می‌توانید در حوزه‌ی [حوزه‌ی

خاصی از شرکت هدف] پیشرفت کنید. از آنجا که من تجربه‌های خوشایندی در این زمینه دارم و به خیلی از شرکت‌ها کمک کرده‌ام در این زمینه پیشرفت کنند، خوشحال می‌شوم در این مورد با شما صحبت کنم.

آیا برای یک تماس در دسترس هستید تا در مورد اینکه [محصول/خدمت] ما چگونه می‌تواند به شما کمک کند صحبت کنیم؟

با احترام

[نام کارشناس یا مدیر فروش]

۴. نمونه‌ی متن ایمیل پیگیری

خیلی وقت‌ها اولین ایمیل فروشی که ارسال می‌کنید مورد توجه قرار نمی‌گیرد یا به طور کل فراموش می‌شود. در این مواقع، ارسال ایمیل پیگیری یا Follow-up بهترین کاری است که می‌شود کرد. شما می‌توانید از قالب ایمیلی که در ادامه می‌آوریم، برای شانس مجدد شروع رابطه با یک مشتری احتمالی استفاده کنید.

[نام کاربر] عزیز،

شما احتمالاً خیلی سرتان شلوغ است. این را کاملاً درک می‌کنم.

این ایمیل برای پیگیری ایمیل قبلی ارسال شده است. از آنجاکه هنوز جوابی از شما

نشنیده‌ام، خواستم بدانم آیا وقت دارید تا پیشنهاد من را بررسی کنید؟

حتماً اگر زمانی برای بررسی پیدا کردید به من اطلاع دهید. پیشاپیش از پاسخ

شما ممنونم.

با احترام

[نام کارشناس یا مدیر فروش]

۵. الگوی ایمیل تأیید نهایی

ایمیل تأیید نهایی یا همان Confirm نوعی تضمین است برای اینکه مشتری بداند سفارشش پردازش شده است. این ایمیل باید بلافاصله بعد از دریافت سفارش مشتری ارسال شود تا مطمئن شود همه چیز در برند شما روی روال است و درست کار می‌کند. برای اینکه برای انجام کارهای دیگر هم به مخاطب انگیزه بدهید، می‌توانید یک پیشنهاد اضافی هم بیاورید. مثلاً ما در این نمونه‌ی متن ایمیل قرار است به «ارسال رایگان» در سفارش بعدی مشتری اشاره کنیم.

سلام [نام کاربر]،

با تشکر از خرید شما

ما سفارشتان را دریافت کرده‌ایم و در حال پردازش آن هستیم.

وقتی آماده‌ی ارسال کالا بودیم، به شما اطلاع می‌دهیم. اطلاعات پیگیری محصول و سایر جزئیات را در ایمیل بعدی دریافت خواهید کرد.

برای قدردانی از خریدتان، برای سفارش بعدی شما ارسال رایگان در نظر گرفته‌ایم. پس حتماً هنگام خرید بعدی فراموش نکنید کد [کد ارسال رایگان] را قبل از پرداخت وارد کنید.

به امید دیدار مجدد

۶. الگوی ایمیل «تأیید ارسال»

همان‌طور که می‌توانید حدس بزنید، ایمیل تأیید ارسال (Shipping Confirmation) بعد از ایمیل تأیید نهایی فرستاده می‌شود. وقتی مشتری مطمئن شد سفارشش به درستی ثبت شده، منتظر است محصولش را دریافت کند. ایمیل تأیید ارسال قرار است به مشتری بگوید حال سفارشش خوب است و در تاریخی مشخص به دستش می‌رسد.

سلام [نام کاربر]

[محصول] شما در راه است!

اگر همه چیز خوب پیش برود در [تاریخ و ساعت] به آدرس شما می‌رسد.

شماره‌ی سفارش شما [شماره‌ی سفارش] است.

می‌توانید وضعیت سفارش خود را اینجا دنبال کنید: [لینک پیگیری سفارش]

از خرید شما متشکریم!

۷. قالب ایمیل فاکتور

هدف از ارسال ایمیل فاکتور یا صورت‌حساب این است که فرآیند پرداخت تا حد امکان راحت‌تر شود. این ایمیل با ارائه‌ی اطلاعات دقیق در مورد خدمات یا محصولات که به مشتری عرضه کردید، همه چیز را برای او روشن‌تر می‌کند. شما می‌توانید در انتهای این ایمیل لینک مستقیمی برای پرداخت اضافه کنید تا مشتری روی آن کلیک کند و فرآیند پرداخت به راحتی طی شود.

سلام [نام کاربر]،

فاکتور خدمات [خدمتی که ارائه کردید] برای دوره [تاریخ شروع] تا [تاریخ پایان] ارائه شده است.

با کلیک روی [لینک پرداخت] می‌توانید به راحتی پرداخت را انجام دهید.

برای دانلود یک نسخه از فاکتور به صورت CSV یا PDF می‌توانید از این لینک [لینک دانلود] استفاده کنید.

اگر سؤالی دارید حتماً با ما تماس بگیرید.

تشکر از اعتماد شما

[نام شرکت]

۸. قالب ایمیل سبد خرید رهاشده

این ایمیل یکی از مهم‌ترین موارد در کمپین‌های بازاریابی است که برندها باید به آن توجه ویژه‌ای داشته باشند. بازاریابان ایمیلی معمولاً یک ایمیل یادآوری می‌نویسند و برای همه‌ی کاربرانی که خرید خود را تکمیل نکرده‌اند ارسال می‌کنند. این نوع ایمیل که به ایمیل سبد خرید رهاشده (Abandoned Cart Email) معروف است، به این امید ارسال می‌شود که مخاطب آخرین مرحله‌ی خرید را تکمیل کند.

[نام کاربر] عزیز

یک خبر خوب! [محصول] هنوز در سبد خرید شماست و منتظر است تا مال شما

شود!

حتماً قبل از [تاریخ] سفارش دهید تا از [درصد تخفیف] برخوردار شوید.

برای بازدید از صفحه‌ی پرداخت بر روی دکمه زیر کلیک کنید.

[CTA به سبد خرید]

۹. نمونه‌ی متن ایمیل برای تشویق به کامنت

تشویق مردم به ارسال تجربیات مثبتشان با برند تأثیر زیادی در شهرت برندتان خواهد داشت. هدف ایمیل تشویق به کامنت این است که نظرات بیشتری درباره‌ی برند و محصولات و خدماتی که می‌فروشید دریافت کنید.

در ارسال این ایمیل زمان‌بندی دقیق خیلی مهم است. اگر زمان زیادی از خرید محصول گذشته باشد، ممکن است مخاطب تجربیات خود را به یاد نداشته باشد. یا ممکن است حوصله‌ی صرف وقت و انرژی برای نوشتن نظر نداشته باشد. نمونه‌ی متن ایمیل برای تشویق به کامنت می‌تواند به این صورت باشد:

[نام مخاطب] عزیز،

شما اخیراً [محصول] را از [نام برند] خریداری کرده‌اید.

امیدواریم استفاده از این محصول تجربه‌ی خوبی را برایتان رقم زده باشد.

مطمئناً نظر شما می‌تواند به مشتریان دیگر کمک کند تا بهترین تصمیم را بگیرند.

بنابراین اگر ۵ دقیقه فرصت دارید، لطفاً با مراجعه به [لینک به نظرات] نظر خود را

در مورد [محصول/خدمت] بنویسید.

ممنون!

۱۰. قالب ایمیل نظرسنجی (لحن رسمی)

همان‌طور که می‌دانید، نظرسنجی روشی عالی برای گرفتن فیدبک از مشتریان است. برای اینکه نظرسنجی ایمیلی شما واقعاً تاثیرگذار باشد، سؤالات آن باید به دقت طراحی شوند. در این صورت می‌توانید پاسخ‌های زیادی دریافت کنید. همچنین با آنالیز داده‌های کمی و کیفی حاصل، نکات و تجربیات ارزشمندی به دست آورید. الگوی ایمیل نظرسنجی زیر با لحن رسمی نوشته شده است و می‌توانید آن را مطابق با نیاز خود ویرایش کنید.

سلام [نام مخاطب]،

امیدواریم از [محصول/خدمت] لذت ببرید!

ما همیشه به دنبال بهبود خدمات خود هستیم. از این رو اگر [مثلاً ۱۰ دقیقه] از زمان خود را برای پر کردن نظرسنجی زیر در اختیار ما قرار دهید، سپاسگزار خواهیم بود.

[لینک یا دکمه CTA به نظرسنجی]

شک نکنید از پاسخ شما برای بهبود محصولات و خدماتمان استفاده خواهیم کرد.

با تشکر فراوان؛

[نام شرکت]

۱۱. قالب ایمیل نظرسنجی (لحن غیررسمی)

خیلی از برندها در ایمیل‌هایشان از لحن محاوره یا غیررسمی استفاده می‌کنند. برای این موارد می‌توانید از الگوی زیر استفاده کنید.

سلام [نام مخاطب] عزیز،

همان‌طور که می‌دانید، ما عاشق گرفتن فیدبک هستیم!

برای همین خیلی خوشحال می‌شویم اگر این نظرسنجی را پر کنید.

فقط ۵ دقیقه طول می‌کشد... قول!

[لینک یا دکمه CTA به نظرسنجی]

روز خوش!

[نام شرکت]

۱۲. نمونه‌ی متن ایمیل برای «نظرسنجی رضایت مشتری»

همان‌طور که از اسم این نوع ایمیل مشخص است، قرار است میزان رضایت مشتری را به شما نشان دهد. به دلیل نوع پاسخی که این ایمیل دریافت می‌کند، با ایمیل نظرسنجی (دو مورد قبل) متفاوت است.

اینجا نباید سؤالات بله یا خیر بپرسید. یا سؤالات چندگزینه‌ای مطرح کنید. این سؤالات تشریحی هستند؛ برای همین به آن‌ها سؤالات با پاسخ آزاد یا Open-Ended Questions گفته می‌شود. به همین دلیل احتمالاً پاسخ‌های کمتری دریافت می‌کنید. چون پاسخ دادن به این ایمیل‌ها برای مخاطب زمان‌بر است.

برویم سراغ یک قالب آماده‌ی ایمیل برای نظرسنجی رضایت مشتری:

سلام [نام کاربر] عزیز،

از اینکه ما را انتخاب کردید متشکریم.

ما همیشه به دنبال بهبود [محصولات/خدمات] خود هستیم.

برای همین مایلیم یک سؤال از شما بپرسیم:

به نظرتان چه کاری می‌توانیم برای بهبود خدماتمان انجام دهیم؟

دکمه‌ی پاسخ را بزنید و در این نظرسنجی شرکت کنید!

[دکمه‌ی پاسخ]

با احترام فراوان

[نام شرکت]



کتاب واقعیت‌های جدید

در دنیای کسب و کار

اگر کسب‌وکاری دارید و یا قصد راه اندازی کسب و کاری دارید، آب دست‌تان است زمین بگذارید و خواندن این کتاب را شروع کنید!
این کتاب کسب‌وکارهای زیادی را در دنیا متحول کرده، شاید اکنون وقت شما رسیده است. مهمترین چیزی که این کتاب به شما می‌آموزد این است:
راه ساده‌تر و متفاوت‌تری نیز وجود دارد!



برای دانلود رایگان کتاب واقعیت‌های جدید روی لینک زیر کلیک کنید و یا کد را اسکن کنید.

دانلود رایگان <

۱۳. قالب ایمیل خدمات مشتری برای مشتریان ناراضی

بعد از دریافت هرگونه گله و شکایت باید سریع عمل کنید. خیلی خوب می‌شود اگر در چنین شرایطی یک پاسخ دقیق داشته باشید و آن را در اسرع وقت ارسال کنید. شاید بپرسید این پاسخ‌های سریع را از کجا باید بیاورید.

پاسخ ساده است. وقتی یک [نرم‌افزار مدیریت روابط مشتری یا CRM](#) داشته باشید، قبلاً تمام پاسخ‌ها را در آن جمع‌آوری کرده‌اید. حتی تیم خدمات مشتری می‌تواند با نرم‌افزار CRM ایمیل‌هایی را اتوماتیک برای چندین نفر ارسال کند.

در این ایمیل‌ها می‌توانید اطلاعات تماس خود مانند آدرس ایمیل و شماره‌ی تلفن را وارد کنید تا مشتری راه‌های زیادی برای تماس و حل مشکل داشته باشد. می‌توانید از نمونه‌ی متن ایمیل زیر استفاده کنید و آن را با توجه به کاربرد خاص خودتان تنظیم کنید.

سلام [نام کاربر]،

متأسفیم که می‌شنویم [تجربه بد مشتری] را تجربه کرده‌اید. تیم ما در حال رفع [تجربه بد مشتری] است.

تیم ما منتظر شنیدن راه‌حل‌های شما برای این مشکل است. با خیال راحت پیشنهادات خود را با ما در میان بگذارید.

ما [محصول/خدمت] را تا [تاریخ رفع مشکل] به‌روزرسانی خواهیم کرد.

آرزوی بهترین‌ها

[نام شرکت]

۱۴. قالب ایمیل «دعوت به جلسه‌ی تجاری»

می‌توانید یک ایمیل دعوت به جلسه یا Invitation ارسال کنید تا جزئیات مربوط به جلسه را با شرکت‌کنندگان احتمالی به اشتراک بگذارید. مکان، تاریخ، زمان و یادداشت‌های جلسه را بگویید تا مطمئن شوید همه می‌دانند در چه ساعتی باید کجا باشند. همچنین می‌توانید برای داشتن جلسه‌ای پربارتر، یک دستور جلسه هم به ایمیل خود اضافه کنید.

سلام [نام کاربر]،

برای بحث در مورد [هدف جلسه] و [سایر اهداف جلسه]، جلسه‌ای برنامه‌ریزی شده است.

ما مشتاقانه منتظر دیدار شما در [مکان]، در [زمان] در [تاریخ] هستیم.

در ادامه دستور جلسه‌ی ما را مشاهده خواهید کرد:

[برنامه‌ی جلسه]

اگر نمی‌توانید حضور پیدا کنید یا ابهامی در مورد جلسه دارید حتماً اطلاع دهید.

با آرزوی ساعاتی خوش

[نام فرستنده]

۱۵. نمونه‌ی متن ایمیل تشکر و قدردانی

تقریباً برای هر مناسبتی می‌توانید یک ایمیل تشکر ارسال کنید. هدف این ایمیل نشان دادن قدردانی شما از تلاش‌های گیرنده و کمک به شما برای ایجاد رابطه‌ای قوی‌تر با اوست.

سلام [نام مخاطب] عزیز،

تشکر و قدردانی ما را برای [اقدام مخاطب] پذیرا باشید. این کار شما کمک زیادی به حل [مشکل] کرد.

ما حتماً شما را در جریان اتفاقات بعدی خواهیم گذاشت. حتماً اگر نیاز به کمک داشتید به ما اطلاع دهید.

با بهترین آرزوها

[نام فرستنده]

۱۶. قالب آماده‌ی ایمیل برای معرفی (شخصی)

یک ایمیل معرفی یا Self-introduction راه خوبی برای ارائه‌ی نمایی کلی از هویت و هدف شماست. ایمیل معرفی، مستقیم می‌رود سر اصل مطلب و حتماً یک CTA یا به طور کلی یک مرحله‌ی بعدی دارد. می‌توانید از این نمونه‌ی متن آماده‌ی ایمیل استفاده کنید و آن را طوری ویرایش کنید که نشان‌دهنده‌ی شما باشد.

سلام [نام مخاطب]،

[نام دوست مشترک] اخیراً کارت ویزیت شما را وقتی در حال بحث در مورد [موضوع]

بودیم به من داد.

از این رو این ایمیل را ارسال می‌کنم تا خودم را معرفی کنم و توضیح بدهم که

چرا وقت شما را می‌گیرم.

[معرفی کوتاه درباره خودتان]

[ارزش پیشنهادی شما]

اگر مایل به همکاری هستید به من اطلاع دهید.

با احترام،

[اسم شما]

۱۷. نمونه‌ی آماده‌ی ایمیل برای آگهی ترفیع و انتقال کارمند

این قالب ایمیل به شما کمک می‌کند در مورد آنچه در کسب‌وکارتان اتفاق می‌افتد شفاف باشید و همه را به طور رسمی در جریان اتفاقات و نقل و انتقالات قرار دهید.

سلام [تیم خاص یا بخشی از شرکت]،

خوشحالیم که اعلام کنیم [کارمند یا کارمندان] در حال انتقال به [بخش جدید] برای کار در تیم [موقعیت جدید] است.

در مدت زمانی که [کارمند] با ما کار کرده است، [او/آنها] به [لیست دستاوردها] دست یافته‌اند.

همان‌طور که می‌بینید، [کارمند یا کارمندان] اقدامات بزرگی انجام داده است تا مطمئن شود [بخش قبلی] ما در بهترین شکل ممکن کار می‌کند. من مطمئن هستم که شما نیز به اندازه‌ی ما برای تلاش‌های [کارمند یا کارمندان] ارزش قائل هستید. ما مشتاقانه منتظر شروع این ماجراجویی جدید هستیم. اگر در رابطه با این تغییر سؤالی دارید، در صورت تمایل به این ایمیل پاسخ دهید.

با احترام،

[اسم شما]

[عنوان شغلی شما]

۱۸. قالب ایمیل برای پیشنهادات تبلیغاتی جدید

دلایل زیادی برای تبلیغات از طریق ایمیل وجود دارد. ممکن است برای روز مادر تخفیف ویژه داشته باشید یا به مناسبت عید نوروز فروش فوق‌العاده برگزار کرده باشید. در هر صورت، می‌توانید از این قالب ایمیل برای آگهی خود استفاده کنید.

[نام مخاطب] عزیز،

همان‌طور که می‌دانید [مناسبت ویژه] در راه است.

ما در [نام شرکت] تصمیم گرفته‌ایم رویداد ویژه‌ای برگزار کنیم:

[پیشنهاد ویژه]

این پیشنهاد برای مدت محدودی اعتبار دارد. می‌توانید از [تاریخ] تا [تاریخ] خرید خود را انجام دهید و از [کد تخفیف] موقع تسویه حساب برای [پیشنهاد/تخفیف] استفاده کنید.

بهترین‌ها را برای شما آرزو می‌کنیم.

دوستان شما در [نام شرکت].

۱۹. قالب ایمیل رسمی برای معرفی برند

ایمیل معرفی رسمی برند راهی عالی برای معرفی برندتان به مشتریان بالقوه است. البته قبل از ارسال این ایمیل، بهتر است یک تعامل اولیه از آن مشتری گرفته باشید. این تعامل اولیه ممکن است از طریق ارتباط مستقیم (مثل دایرکت اینستاگرام) یا با پر کردن فرم وبسایت شکل گرفته باشد.

سلام [نام مخاطب]،

از علاقه‌ای که به [شرکت و خدمات] نشان داده‌اید سپاسگزاریم.

نام من [نام فرستنده] است و من [مسئولیت در شرکت] هستم.

قبل از شروع، اجازه دهید یک معرفی مختصر از برندمان داشته باشیم.

[معرفی و پیشنهاد خود را اضافه کنید].

ما مشتریان راضی زیادی داریم که مایلند کیفیت کار ما را تضمین کرده و برندمان را به دیگران توصیه کنند. می‌توانید نظرات آن‌ها را اینجا بخوانید: [لینک به نظرات] اگر علاقه‌مند هستید، می‌توانید با من تماس [مثلاً تلفنی] برقرار کنید تا در مورد چالش‌هایتان صحبت کنیم: [شماره تلفن یا راه‌های ارتباطی دیگر].

مشتاق هم‌صحبتی با شما هستم؛

[نام فرستنده]

۲۰. قالب ایمیل درخواست شغل

خیلی وقت‌ها پیش می‌آید که شما علاقه‌مندید در یک شرکت کار کنید اما موقعیت شغلی موردنظرتان در لیست استخدامی آن وجود ندارد. یا حتی شرکت اصلاً لیست استخدام خاصی منتشر نکرده و شما دوست دارید در یک موقعیت شغلی خاص در آن شرکت استخدام شوید. اینجا می‌توانید از نمونه متن ایمیل درخواست شغل استفاده کنید.

با سلام و احترام خدمت شما جناب آقای/سرکار خانوم [نام مسئول استخدام]،

احتمالاً شما من را نمی‌شناسید؛ اما من شرکت شما را به خوبی می‌شناسم. در

واقع این شرکت از زمانی که دبیرستانی بودم، هدف شغلی من بوده!

می‌دانم که دوست دارید در موقعیت شغلی [موقعیت شغلی موردنظر] با بهترین‌ها

کار کنید. البته در جریان هستم که هیچ آگهی استخدامی در این باره منتشر نشده،

اما مطمئناً به یک فرد علاقه‌مند نه نمی‌گویید!

من [نام فرستنده] هستم و با توجه به رزومه و تجربه‌ام، از نظر خودم برای [موقعیت

شغلی موردنظر] مناسبم.

این ایمیل را ارسال کردم تا ببینم آیا در این موقعیت شغلی فرصتی دارید یا خیر.

اطمینان دارم که با همکاری یکدیگر می‌توانیم به اهداف شرکت شما در این حوزه

دست پیدا کنیم.

من در [تخصص موردنظر] [مثلاً ۳ سال] تجربه‌ی شغلی دارم، با مدرک [مثلاً کارشناسی ارشد] از رشته [مثلاً متالورژی] فارغ‌التحصیل شده‌ام. می‌توانید جزئیات بیشتر را در مورد روزمی من در قسمت ضمیمه مشاهده کنید.

وقتی برای تماس در دسترس هستید به من اطلاع دهید.

با احترام،

[نام فرستنده]

۲۱. نمونه‌ی متن ایمیل برای کاورلتر یا CV

بعد از مطلع شدن از موقعیت شغلی مورد نظر، ایده‌ی خوبی است که با ارسال کاورلتر شانس خود را برای رفتن به مرحله‌ی مصاحبه بیشتر کنید.

بیشتر کارفرمایان CV شما را به عنوان یک معرفی‌نامه‌ی تکمیلی می‌بینند. یک معرفی‌نامه که قرار است شخصیت و توانایی‌های شما را نشان دهد.

تمام تلاش خود را بکنید تا این نامه را شخصی‌تر کنید و از جملات و عبارات کلی استفاده نکنید. همین جزئیات تخصصی است که توجه خواننده را به شما جلب می‌کند و می‌تواند دلیلی برای ادامه‌ی خواندن نامه باشد.

توجه داشته باشید که این ایمیل برای وقتی است که شرکت موقعیت شغلی خاصی را اعلام کرده است. در این صورت، می‌توانید این قالب آماده‌ی ایمیل را مطابق با نیاز خود ویرایش و ارسال کنید.

با سلام و احترام خدمت شما جناب آقای/سرکار خانوم [نام مسئول استخدام]،

من برای ابراز علاقه به همکاری با تیم شما تماس گرفته‌ام. اطمینان دارم که تجربه‌ی من در [موقعیت شغلی موردنظر]، من را به گزینه‌ای مناسب برای این موقعیت شغلی تبدیل می‌کند.

در سمت قبلی خود به عنوان [عنوان شغلی] برای [شرکت]، [مسئولیت‌های شغلی قبلی خود را توضیح دهید]. برخی از قوی‌ترین ویژگی‌های من عبارتند از: [ویژگی‌های

خود را فهرست کنید]. من مشتاق هستم که از این قابلیت‌ها برای کمک به شما در [تخصص موردنظر] استفاده کنم.

لطفاً CV من را به همراه جزئیات بیشتر در قسمت ضمیمه مشاهده کنید. از اینکه برای بررسی درخواست من وقت می‌گذارید نهایت تشکر را دارم. مشتاقانه منتظر شنیدن پاسخ شما هستم.

با احترام،

[نام فرستنده]

۲۲. الگوی ایمیل توصیه‌نامه

نامه‌ی رفرنس یا همان توصیه‌نامه برای تأیید مهارت‌های یک فرد استفاده می‌شود. معمولاً برای درخواست شغل یا اپلای و پذیرش گرفتن از دانشگاه‌های خارجی به توصیه‌نامه نیاز است.

این نامه توسط کارفرمایان قبلی یا اساتید دانشگاهی که با شما همکاری داشته‌اند نوشته می‌شود.

هدف از نوشتن توصیه‌نامه، مروری سریع و صادقانه از مهارت‌ها، استعدادها و دانش یک فرد در زمینه‌ی تخصصی خاصی است. اگر می‌خواهید فردی را به یک فرد یا شرکت دیگر توصیه کنید، می‌توانید نمونه‌ی متن ایمیل زیر را ویرایش کرده و بفرستید.

[نام مخاطب] عزیز،

این ایمیل برای توصیه‌ی [شخص توصیه‌شده] ارسال می‌شود. [نام شخص] در [نام سازمان] به عنوان [مسئولیت] برای [مدت زمان] مشغول به کار بوده است. من [موقعیت شغلی شما] در [نام سازمان] هستم و [شخص توصیه‌شده] با من در [پروژه‌ها] کار کرده است.

[شخص توصیه‌شده] در طول همکاری با من ثابت کرد که [مهارت/دانش/توانایی] را

دارد. من همیشه برای [مهارت] در میان [تیمم/دانشجویانم] ارزش قائل بودم و [شخص توصیه‌شده] هرگز در اجرای آن کوتاهی نکرده است.

اطمینان دارم که کار کردن با [شخص توصیه‌شده] برای شما لذت‌بخش خواهد بود.

اگر در این باره سؤالی دارید با من تماس بگیرید.

با احترام،

[نام فرستنده]

۲۳. متن آماده‌ی ایمیل برای تشکر از مصاحبه‌ی کاری

برای ابراز قدردانی از وقتی که شرکت برای مصاحبه با شما اختصاص داده، می‌توانید بعد از مصاحبه ایمیلی برای تشکر ارسال کنید. این ایمیل ممکن است شانس شما را برای گرفتن موقعیت شغلی افزایش دهد.

سلام

از اینکه امروز برای ملاقات و مصاحبه با من وقت گذاشتید متشکرم. واقعاً گفتگوی جالبی بود و خیلی یاد گرفتم. مطمئنم که مهارت‌ها و تجربیاتم به من کمک می‌کنند برای این موقعیت شغلی گزینه مناسبی باشم.

مشتاقانه منتظر شنیدن پاسخ شما در مورد مراحل بعدی استخدام هستم.

اگر سؤالی بود لطفاً به من اطلاع دهید.

باز هم از شما متشکرم و امیدوارم بتوانیم همکاری داشته باشیم.

با احترام

[نام فرستنده]

جمع‌بندی

نوشتن ایمیل تجاری می‌تواند کار دلهره‌آوری باشد. اما استفاده از نمونه‌ی متن ایمیل می‌تواند این کار را کمی آسان‌تر کند. فرقی نمی‌کند به دنبال ایمیل نظرسنجی باشید یا برای وبینار بعدی خود به دنبال یک دعوت‌نامه‌ی رسمی بگردید، حتماً از قالب‌های آماده‌ی این راهنما استفاده کنید تا شانس باز شدن ایمیل و دریافت پاسخ از طرف مخاطب بیشتر شود.

★★★★★
به صرفه ترین راهکار!

★★★★★
بیشترین رضایت مشتری!

★★★★★
نهایت سادگی!

نرم افزار CRM دیدار

می تواند فروش شما را تا ۳۰۰٪ افزایش دهد!

استفاده از نرم افزار CRM دیدار، علاوه بر ایجاد تحول در فروش و ارتباط شما با مشتریان با گزارشات خود به شما کمک می کند که تصمیمات هوشمندانه و دقیقی برای توسعه کسب و کارتان بگیرید.

اکنون ۹۱ درصد کسب و کارهای کوچک و متوسط در دنیا برای مدیریت بخش فروش شان از CRM استفاده می کنند.

بعد از شروع به استفاده از دیدار

چه اتفاقی می افتد؟



یک ساعت بعد از شروع :

پیگیری جاری شما منظم، دقیق و سریع شده و دیگر شما هیچ پیگیری را از دست نخواهید داد. هیچ دقیقا یعنی هیچ



یک هفته بعد از شروع :

داده‌های قدیمی مشتریان شما وارد دیدار شده و شما یک پایگاه داده‌ای متمرکز + به روز از مشتریان و خریدهای آنها خواهید داشت.



یک ماه بعد از شروع :

حداقل (حداقل) روزی بین ۱ تا ۲ ساعت در زمان کارمندان فروش شما که قبل صرف جستجوی اطلاعات بین فایل‌ها، یادداشت‌ها و حافظه‌شان می‌شد صرفه‌جویی می‌شود.



سه ماه بعد از شروع :

می‌توانید یک شب دل‌انگیز با یک چای تازه دم در آرامش گزارشات ۳ ماه را در CRM دیدار بررسی و پیشنهادهای هوشمندانه از اطلاعات جمع‌آوری شده به تیم‌تان بدهید.



شش ماه بعد از شروع و استفاده درست از دیدار :

نرخ تبدیل‌تان تا ۳۰۰ درصد افزایش پیدا می‌کند.
پروسه پیگیری و ارتباط با مشتریان کامل مستقل از افراد می‌شود.
شما دقیقا می‌دانید کدام تبلیغات شما بهتر کار می‌کند، پروسه فروش شما چگونه است؟ کدام کارمند فروش بهتر تبدیل می‌کند و ...
از این که کسب و کارتان در کنترل شما به شدت احساس آرامش می‌کنید.



برای استفاده ۱۵ روز رایگان از دیدار روی دکمه زیر کلیک کنید
یا QR کد را اسکن کنید.

۱۵ روز رایگان <