

Email marketing

Mục lục

Giới thiệu	3
Các khái niệm cơ bản	4
<i>Email marketing</i> là gì?	4
Tại sao tôi phải sử dụng <i>Email marketing</i> ?	5
Lợi ích của <i>Email marketing</i>	6
<i>Email marketing</i> khác với Spam như thế nào?	7
3 bước cơ bản triển khai <i>Email marketing</i>	8
Cuộc chiến Inbox.....	9
Nghị định 90 và Can-spam	9
Blacklist (Danh sách đen)	11
Một số từ cần tránh trong email.....	11
Tuyệt chiêu viết <i>Email marketing</i>	12
4 mẹo khiến khách hàng lập tức đọc email của bạn.....	14
Làm sao thiết kế mẫu <i>Email marketing</i> (<i>Email marketing template</i>) hiệu quả	15
Hướng dẫn sử dụng phần mềm EM	18
Quản lý danh sách liên hệ	18
Xem danh sách liên hệ	18
Tạo danh sách liên hệ	20
Quản lý liên hệ	20
Xem tất cả các liên hệ	20
Thêm liên hệ	23
Tìm kiếm liên hệ	24
Nhập các liên hệ từ một file CSV.....	26
Quản lý chiến dịch email	27
Xem tất cả các chiến dịch.....	27
Tạo một chiến dịch.....	29
Gửi một chiến dịch.....	32

Quản lý ảnh	34
Xem email gửi theo lịch	35
Quản lý thông kê.....	35
Thống kê chiến dịch	36
Thống kê mở email	36
Thống kê click.....	36

Giới thiệu



Email dường như là một công cụ marketing tuyệt vời cho đến khi bạn nghĩ về tất cả những thư rác đang làm tắc nghẽn inbox của bạn. Những dĩ nhiên thông điệp của bạn không phải là spam. Vậy làm thế nào để dùng email mà không trở thành một spammer?

Làm đúng cách, *Email marketing* sẽ đem lại hiệu quả cao. *EM* có thể giúp bạn gửi thông điệp của bạn tới hòm thư inbox của thế giới theo những tiêu chuẩn chuyên nghiệp, tăng khả năng gửi email thành công, thực hiện chiến lược *Email marketing* của bạn phù hợp với các quy định pháp luật. Bạn sẽ khám phá ra những bí mật để tạo các thông điệp email hấp dẫn và chuyên nghiệp, theo dõi và thống kê kết quả, kiểm tra các chiến lược của bạn có hiệu quả hay không... Bạn sẽ có thể:

- Phát triển một chiến lược thành công, xây dựng danh sách email chất lượng, và tìm được thành công.
- Đặt ra các mục tiêu khả thi.
- Tăng tỷ lệ open và xem xem ai đã mở email của bạn.
- Xây dựng quan hệ với các khách hàng của bạn.
- Tuân thủ các quy định về chống thư rác.
- Kết hợp email với các phương tiện marketing khác.
-

Các khái niệm cơ bản

Email marketing là gì?



Bạn đã bao giờ nhận được một bản tin, một tin khuyến mãi đặc biệt, hay một lời mời tham dự sự kiện qua email chưa? Nếu bạn đã thấy thì bạn đã có trải nghiệm cơ bản về *Email marketing* rồi đây.

Dưới đây là định nghĩa của Google về *Email marketing*:

Email marketing là một hình thức marketing trực tiếp trong đó sử dụng thư điện tử như một phương tiện giao tiếp với khách hàng.

Email marketing = Marketing qua email, đơn giản quá phải không. Trên thực tế, *Email marketing* bao gồm nhiều dạng hình thức:

- Quảng cáo tới các khách hàng tiềm năng dưới dạng email giới thiệu thông tin sản phẩm dịch vụ, bản tin khuyến mãi giảm giá.
- Gửi bản tin (newsletter) cập nhật thông tin dịch vụ, thị trường, tin tức tới các khách hàng đã đăng ký nhận tin.
- Chăm sóc các khách hàng hiện tại bằng cách gửi các hướng dẫn sử dụng (manual), thông tin hữu ích, các ebook, video.

- Gửi thiệp điện tử (e-card) cho khách hàng hiện tại vào các dịp đặc biệt như sinh nhật để tăng cường mối quan hệ và tăng lượng khách hàng trung thành.
- Gửi email mời tham gia vào các sự kiện trực tuyến trên website.
- ...vv...

Tại sao tôi phải sử dụng *Email marketing*?

Hãy thử tưởng tượng, bạn có một danh sách 5.000 khách hàng với đầy đủ thông tin: họ tên, giới tính, số điện thoại, email, địa chỉ liên hệ,... Bạn sẽ làm gì để chăm sóc họ hay thông báo với họ về một sản phẩm mới: gọi 5.000 cuộc điện thoại? gửi 5.000 bức thư tay tới từng người?

2.000 đồng cho mỗi cuộc điện thoại 2 phút. Bạn sẽ mất 10 triệu đồng và 170 giờ. 800 đồng cho một tem thư. Bạn sẽ mất 4 triệu đồng và cả tuần làm lao động. Chi phí cũng như thời gian để làm việc đó rõ ràng là không khả thi. May mắn thay, Internet cung cấp cho bạn một phương thức kỳ diệu, bạn chỉ mất vài giờ với chi phí vài trăm nghìn. Đó là *Email marketing*. Bạn soạn một mẫu email, sử dụng một phần mềm *Email marketing* để gửi đi và chờ đợi những phản hồi.



Email marketing là một công cụ marketing rất hiệu quả và sẽ mang lại lợi ích như mong đợi nếu áp dụng bài bản và đúng cách vì *Email marketing* giúp bạn:

- Tiết kiệm chi phí ít nhất 75% chi phí so với các hình thức quảng cáo khác.
- Chi phí dành cho quảng cáo từ lớn đến nhỏ đều có thể sử dụng.
- Gửi thông điệp quảng cáo đến đúng khách hàng mục tiêu.
- Có thể cá nhân hóa thông điệp quảng cáo để lấy được sự chú ý tuyệt đối của người nhận mà không bị chi phối bởi các thông tin khác.
- Email là kênh giao tiếp được khách hàng sử dụng nhiều nhất trong ngày và đã trở thành một phần thiết yếu trong cuộc sống và công việc của nhiều người.
- Chủ động điều chỉnh thời gian, thời điểm truyền tải thông tin tới khách hàng mục tiêu.
- Cho phép lan truyền thông điệp quảng cáo bằng hình thức forward.
- Cho phép dễ dàng lưu trữ thông điệp quảng cáo để tham khảo sau này.
- Phân phối thông điệp nhanh chóng tức thời.
- Khối lượng phân phối lớn.
- Dễ dàng thực hiện vào điều chỉnh các chiến lược, kế hoạch.

- Cho phép nhận được phản hồi trực tiếp và nhanh chóng.
- Không hạn chế hình thức thiết kế và khối lượng nội dung của thông điệp quảng cáo.
- ...

Lợi ích của *Email marketing*

Email marketing là một trong những phương thức tốt nhất để giao tiếp tích cực, chủ động và thường xuyên.

❖ **Thứ nhất:** Việc sử dụng email để marketing sẽ tiết kiệm cho bạn rất nhiều thời gian trong việc gửi thư. Nếu bạn gửi thư theo cách thông thường thì bạn sẽ mất khá nhiều thời gian trong việc viết thư cũng như thời gian gửi các bức thư đó. Bạn phải thực hiện việc sàng lọc từ danh sách khách hàng của bạn ra các đối tượng mà bạn cần gửi thư đến. Thời gian để cho bạn thực hiện công việc này lấy đi của bạn rất nhiều thời gian, mặt khác, nếu như bạn thực hiện công việc này không chính xác thì sẽ dẫn đến hai khả năng xảy ra đó là hoặc bạn để sót các khách hàng của mình hoặc bạn lại gửi đến những khách hàng đã mua sản phẩm và không cần tiếp thị nữa. Trong khi đó, sử dụng email để gửi thư và nhất là gửi với số lượng lớn đến nhiều địa chỉ khác nhau, thời gian mà bạn tiết kiệm được là rất lớn cũng như là chi phí cho việc gửi thư cũng thấp hơn nhiều. Như bạn đã biết, email cho phép bạn có thể gửi nhiều thư đến nhiều địa chỉ trong một lần gửi. Đây là chức năng rất mạnh của email, với chức năng này khi bạn muốn gửi một bức thư cùng một nội dung đến nhiều người cùng một lúc, bạn chỉ cần soạn thảo ra một bức thư và đưa tất cả địa chỉ những người bạn muốn gửi vào, sau đó nhấn vào nút "Send". Hơn nữa, với email, bạn có thể sử dụng dịch vụ để trợ giúp thực hiện việc quản lý danh sách gửi thư một cách hoàn toàn tự động. Với dịch vụ này, nó sẽ tự động loại tất cả những người đã thực hiện việc mua loại hàng hoá mà bạn muốn gửi thư đi chào hàng ra khỏi danh sách. Việc sử dụng dịch vụ này sẽ giúp bạn tránh khỏi những sai sót không đáng có với một chi phí rất rẻ.



Thứ hai: Chi phí marketing bằng email rất thấp nhưng lợi nhuận mà nó tạo ra lại rất lớn. Tại sao lại như vậy?... lợi nhuận mà bạn có thể nhận thấy dễ nhất đó là các chi phí mà bạn tiết kiệm được trong khi nó không phải là nhỏ. Đầu tiên chúng tôi có thể nói đến đó là chi phí mà bạn có thể tiết kiệm được từ việc cắt giảm in ấn. In ấn tốn kém của bạn một khoản tiền không nhỏ, nhất là nếu bạn thực hiện gửi thư với số lượng khách hàng lớn. Nhưng với hình thức marketing bằng email thì bạn không mất chi phí in ấn và nó còn cực kỳ thuận tiện cho sửa chữa nếu có sai sót về nội dung. Bạn chỉ việc thay đổi lại chỗ sai sót và có thể



gửi cho khách hàng ngay lập tức. Trong kinh doanh thì việc giữ mối quan hệ với khách hàng là một việc cực kỳ quan trọng. Mặc dù các công ty đều ý thức rõ về điều này tuy nhiên, họ không thể thực hiện việc này với tất cả các khách hàng vì chi phí quá lớn không cho phép họ thực hiện điều này. Nếu bạn phải gửi thư thường tới 10.000 khách hàng ở nước ngoài thì chi phí sẽ là bao nhiêu? Nếu nội dung thư có sai sót thì bạn sẽ mất bao nhiêu lâu và bao nhiêu tiền để khắc phục hậu quả? Nhưng marketing bằng email đã cho phép các công ty thực hiện được điều này. Họ có thể thực hiện việc trao đổi thường xuyên với tất cả các khách hàng của mình hàng ngày hay hàng tuần mà chi phí bỏ ra chỉ bằng một phần trăm hay một phần ngàn chi phí mà họ phải trả với cách thông thường. Như vậy, việc marketing bằng email sẽ tăng cường mối quan hệ giữa công ty với khách hàng, cũng như gây được thiện cảm và sự tin cậy của họ. Nếu bạn giữ tốt mối quan hệ với khách hàng, khi có nhu cầu mua một sản phẩm nào đó thì trước tiên họ sẽ nghĩ đến các sản phẩm của công ty bạn và cơ hội để bán các sản phẩm của bạn cho họ là cao hơn rất nhiều các đối thủ. Bên cạnh đó, bạn có thể thực hiện việc kiểm tra tính hiệu quả của thư chào hàng, các thông tin và các thông tin phản hồi về sản phẩm của bạn một cách nhanh chóng với chi phí thấp và thời gian rất ngắn. Bạn có thể điều chỉnh hay sửa chữa chúng để có tính thuyết phục và hợp thị hiếu của khách hàng. Tạo cho sản phẩm của bạn có tính cạnh tranh cao hơn so với các sản phẩm của đối thủ và sẽ làm cho lợi nhuận cũng như là công việc kinh doanh của bạn phát triển nhanh hơn và bền vững hơn.

Thứ ba: Việc marketing bằng email có thể đem lại cho bạn những đơn đặt hàng ngay sau khi bạn gửi thư chào hàng. Gửi thư chào hàng bằng email, thời gian gửi rất ngắn, khách hàng nhận được thư chào hàng trong khi đang có nhu cầu về sản phẩm của bạn. Có thể họ sẽ thực hiện việc đặt hàng ngay lập tức và không cần đắn đo gì. Nếu họ vẫn chưa đặt hàng, bạn có thể tiếp tục nhắc nhở họ... cho tới khi nào họ mua sản phẩm của bạn.



Email marketing khác với Spam như thế nào?



Khi bạn gửi tràn lan những email quảng cáo, tiếp thị được gửi đến bất cứ ai, bất cứ đối tượng nào, tức là bạn đang gửi thư rác – spam (hay còn gọi là junk mail, bulk mail.). Những người gửi thư rác thường có được danh sách thông qua thu thập trên mạng, quét từ các website, mua lại... nên chất lượng danh sách email rất thấp, không đem lại kết quả. Gửi đi những email spam như vậy sẽ làm hủy hoại danh tiếng và thương hiệu của công ty.

Điều khác biệt duy nhất và lớn nhất giữa spam và *Email marketing* là sự đồng ý của người nhận email dành cho người gửi. Rất nhiều người vẫn nhầm lẫn rằng *Email marketing* chính là spam. Hàng ngày, hàng trăm công ty, tổ chức trên thế giới vẫn thực hiện hoạt động *Email marketing* đầy hiệu quả bởi họ sở hữu những danh sách email đã nhận được sự đồng ý của người nhận.

3 bước cơ bản triển khai *Email marketing*

Chiến dịch *Email marketing* bao gồm các bước cơ bản sau:



Xây dựng danh sách email

Để thực hiện chiến dịch *Email marketing*, bạn cần có danh sách địa chỉ email. Bạn lưu ý rằng danh sách này không chỉ bao gồm “các địa chỉ email” mà có thể còn kèm theo thông tin chi tiết về người nhận như: họ tên, giới tính, công ty, độ tuổi, ... Càng có nhiều thông tin kèm theo, danh sách địa chỉ của bạn càng có giá trị bởi chúng cho phép bạn phân nhóm các khách hàng của mình. Xây dựng danh sách email đòi hỏi mất nhiều thời gian và công sức. Danh sách email tốt giúp bạn hạn chế lượng email hỏng, thu được tỉ lệ người đọc email cao và đạt được mục tiêu của chiến dịch.

Thiết kế email

Một mẫu email tốt là yếu tố quyết định sự thành công cho chiến dịch. Thông thường, bạn sẽ thiết kế mẫu email trên một trình soạn thảo HTML như: Dreamweaver, FontPage, ... hoặc các trình xử lý ảnh như Photoshop. Bạn cũng có thể sử dụng bộ soạn thảo có sẵn trong phần mềm *Email marketing*.

Điều quan trọng khi soạn thảo nội dung email của bạn là: *xác định rõ ràng mục tiêu* của chiến dịch. Email của bạn phải hướng người nhận tới một hành động cụ thể: click đường link để xem chi tiết bài viết trên website của bạn, click vào một form đăng ký...

Gửi và đánh giá kết quả

Nếu bạn cần gửi đi một lượng lớn email, bạn không thể sử dụng các hộp thư miễn phí như Gmail, Yahoo mail... vì họ chỉ cho phép bạn gửi tối đa vài trăm email mỗi ngày. Hơn nữa, nếu gửi đi như vậy bạn sẽ không biết những ai mở email ra đọc, những ai đã click vào đường link của bạn. Tức là bạn không thể đánh giá được hiệu quả chiến dịch của mình. Bạn cần sử dụng phần mềm *EM* này vì nó cho phép bạn gửi đi một lượng

email lớn đồng thời nó có chức năng thống kê, cho phép bạn đánh giá kết quả chiến dịch thông qua các số liệu: lượng người mở email, lượng người click, lượng người nhận tin,...

Cuộc chiến Inbox



Cùng với sự gia tăng nhanh chóng của email spam, những nhà cung cấp dịch vụ internet (gọi tắt là ISP) bắt buộc phải đặt ra những biện pháp để bảo vệ mạng và khách hàng của họ. Theo ước tính, có khoảng 70% đến 80% email gửi đi là email spam. Các ISP thông báo rằng bộ lọc thư rác của họ phải ngăn chặn 2,7 tỷ email spam mỗi ngày.

Bất kể bạn gửi email bằng phần mềm *EM* hay gửi email bằng địa chỉ email của mình, bạn phải nắm được những quy tắc nhất định để nâng cao cơ hội email bạn gửi đi đến được hòm thư của người nhận.

Nghị định 90 và Can-spam

Tại Việt Nam, Chính phủ đã ban hành Nghị định 90/2008 về chống thư rác. Tiếp đó, Bộ Thông tin và Truyền thông ban hành thông tư 12/2008 hướng dẫn thi hành nghị định 90.

Bạn lưu ý: Nghị định 90 nhằm quản lý thư quảng cáo và chống thư rác. Do đó, không phải mọi hoạt động *Email marketing* của bạn đều chịu sự điều chỉnh của luật này, bởi thư quảng cáo chỉ là một phần trong *Email marketing*.

Tuân thủ các quy định cũng như tôn trọng người nhận email là cách tốt nhất để bạn phát triển hoạt động *Email marketing* bền vững.

Nếu bạn gửi thư quảng cáo bạn cần lưu ý các quy định sau:

- Trách nhiệm của người quảng cáo quy định tại điều 1 chương III của thông tư 12:

1.1. Khi tự gửi thư điện tử, người quảng cáo:

- a) Chỉ được phép gửi thư điện tử sau khi người nhận đồng ý về:
 - Loại thông tin, sản phẩm, dịch vụ quảng cáo;

- Số lượng thư điện tử quảng cáo tối đa có thể gửi trong một khoảng thời gian nhất định và thời gian có thể gửi quảng cáo.
- b) Có trách nhiệm lưu trữ thông tin về sự đồng ý của người nhận và cung cấp cho cơ quan nhà nước có thẩm quyền khi được yêu cầu.

1.2. Khi sử dụng dịch vụ quảng cáo bằng thư điện tử, người quảng cáo chỉ được phép sử dụng dịch vụ của các nhà cung cấp dịch vụ quảng cáo đã được trung tâm VNCERT cấp mã số quản lý và công bố trên trang thông tin điện tử <http://www.vncert.gov>.

- Email phải gắn nhãn theo điều 10 chương II nghị định 90:
 - Mọi thư điện tử quảng cáo đều phải gắn nhãn.
 - Nhãn được đặt ở vị trí đầu tiên trong phần chủ đề.
 - Nhãn phải có dạng như sau: [QC] hoặc [ADV].
- Trong email có thông tin về người quảng cáo (theo điều 11 chương II nghị định 90)
- Trong email có chức năng từ chối nhận tin (theo điều 12 chương II ND 90)

Ngoài ra, do hầu hết các nhà cung cấp dịch vụ thư điện tử lớn đều đặt trụ sở tại Mỹ, bạn cần quan tâm tới *đạo luật Can-Spam* của Mỹ.

Theo *Can-Spam*, Spam được hiểu là những thư điện tử được gửi đi đến những địa chỉ email người nhận không mong muốn nhận. Sự rắc rối nảy sinh là thuật ngữ “không mong muốn” khá là mơ hồ. Một vài người nhận cảm thấy bị làm phiền, nhưng số khác lại cảm thấy sự hữu ích từ những email có cùng nội dung. Bạn phải hiểu rõ ràng về luật chống spam, danh sách đen, bộ lọc email và những yếu tố khác chống lại việc gửi thư rác. Trước khi tiến hành bất cứ chiến dịch *Email marketing* nào, hãy chắc chắn bạn đã nắm được và tuân thủ đúng “CAN-SPAM Act of 2003”, bạn có thể đọc tại: <http://business.ftc.gov/documents/bus61-can-spam-act-compliance-guide-business>.

Về cơ bản, có 6 điều bạn cần phải tuân theo để email của bạn không bị liệt vào email spam:

1. Email không được có thông tin sai lệch.
2. Email không được có tiêu đề sai lệch nội dung hay tiêu đề giả mạo nhằm đánh lừa người nhận.
3. Email phải được gửi đi từ một địa chỉ email còn hoạt động.
4. Người gửi cần loại bỏ tất cả những yêu cầu trong email trong vòng 10 ngày.
5. Email thương mại cần phải có địa chỉ bưu chính cụ thể của người gửi.

6. Bất cứ email nào chưa được sự đồng ý của người nhận cần phải nói rõ là email quảng cáo và dành cho người nhận lựa chọn để từ chối tiếp tục nhận email.

Blacklist (Danh sách đen)

Khi bạn gửi đi một lượng lớn email và nhận lại hàng loạt sự phàn nàn về thư rác, bạn sẽ dần bị liệt vào Blacklist. Một Blacklist là danh sách những địa chỉ IP được báo cáo là đã gửi đi những email không được yêu cầu. Khi địa chỉ IP của bạn nằm trong Blacklist chúng tôi khuyên bạn nên liên hệ với nhà quản lý Blacklist và đề nghị những biện pháp tháo gỡ. Trong hầu hết các trường hợp, bạn phải chứng minh bạn chỉ gửi email đến những địa chỉ đã đồng ý nhận email từ bạn. Bạn có thể kiểm tra địa chỉ IP của mình có thuộc Blacklist nào đó không tại: <http://www.openrbl.org> hoặc <http://www.dnsstuff.com>.

Một số từ cần tránh trong email

Những nhà cung cấp dịch vụ email lớn như Gmail, MSN hay Yahoo ngăn chặn hàng triệu thư rác mỗi ngày. Bộ lọc thư rác của họ vận hành dựa trên cơ chế kiểm tra những từ ngữ được sử dụng tại tiêu đề và phần chính nội dung email. Danh mục những từ này đa số là tiếng Anh.

Dưới đây là danh sách một vài từ và cụm từ phổ biến hay được sử dụng nhưng rất dễ làm cho email bị liệt vào spam email:

<i>Free</i>	<i>Satisfaction Guaranteed</i>	<i>Time Limited</i>
<i>50% Of</i>	<i>Join Millions</i>	<i>Special Promotion</i>
<i>Earn</i>	<i>You've Been Selected</i>	<i>No Cost</i>
<i>You're A Winner</i>	<i>Act Now</i>	<i>Serious Cash</i>
<i>Compare</i>	<i>Call Now</i>	<i>Save Up To</i>
<i>Amazing</i>	<i>Discount</i>	<i>Excessive \$ or !</i>
<i>Loans</i>	<i>Million Dollars</i>	<i>All New</i>
<i>Get Paid</i>	<i>Removes</i>	<i>Subscribe Now</i>
<i>Don't Delete</i>	<i>Cash Bonus</i>	<i>Double Your Income</i>
<i>Why pay more</i>	<i>As Seen On</i>	<i>Opportunity</i>
<i>Stop</i>	<i>Order Now</i>	<i>Collect</i>

Promise You Credit

While Supplies Last

No Fees

Buy Direct

Information You

Search Engine Listings

Please Read

Requested

All Natural

Tất nhiên nếu chỉ sử dụng một trong các từ trên sẽ không phải là vấn đề quá lớn, nhưng nếu có thể hãy tìm những từ thay thế hoặc tránh sử dụng những từ trên đến lần thứ hai trong cùng một email. Hơn nữa, việc sử dụng chữ viết hoa hay những kí tự đặc biệt như “dấu chấm than”, “kí hiệu \$” tại tiêu đề của email cũng khiến cho email của bạn bị xem xét kỹ lưỡng bởi những chương trình lọc email spam.

Tuyệt chiêu viết *Email marketing*

Bạn có bao giờ nghĩ đến việc một ngày mình sẽ viết một bức thông điệp đến khách hàng của mình bằng con đường email chưa? Và bạn có nghĩ rằng nó dễ dàng không? Hẳn nhiên là không rồi! Không dễ dàng để viết bất cứ điều gì, và viết [*Email marketing*](#) cũng không là ngoại lệ.

Dưới đây là 8 chiêu thức để bạn viết một thông điệp email để thu hút khách hàng của mình. Mời các bạn tham khảo nhé!

1. Chọn tiêu đề hợp lý

Gửi đi tiêu đề email không đúng sẽ phá hoại cả chiến dịch của bạn. Điều này rất đơn giản. Hãy tránh xa các tiêu đề gây nhầm lẫn hoặc bí hiểm và hãy thẳng thắn với người nhận email.

Chắc chắn bạn sẽ bị coi là thư rác khi gửi đi các bức thư điện tử với tiêu đề “Bạn có khoẻ không” hay “Xin chào”.

Một tiêu đề hiệu quả phải cho thấy lợi ích và mối liên quan trực tiếp với lời chào hàng của bạn, chẳng hạn như: “Hãy tiết kiệm 60% tiền mua đĩa CD”.

2. Trang bị một lưỡi câu hoàn hảo

Lưỡi câu của bạn phải nằm trong một hay hai câu đầu tiên và chúng là phần quan trọng nhất của bức thư điện tử. Nó phải rõ ràng, kích thích tâm lý hưởng lợi và hấp dẫn, bởi vì nếu nó không cuốn hút được người đọc thì bạn sẽ mất họ. Cần phải chắc chắn rằng nó hướng ngoại và tập trung vào việc “khách hàng sẽ được cái gì” chứ không phải tập trung vào “chúng tôi chào bán cái gì”.

3. Nói cho người đọc biết họ cần làm gì

Phần thân của bức thư điện tử chỉ nên chứa hai hoặc ba đoạn. Độ dài lý tưởng của một bức thư điện tử là dưới 250 từ. Phần thân của thư phải hỗ trợ cho luận điểm của bạn bằng cách đưa ra các lợi ích xác thực, do đó gần giống với lời kêu gọi hành động.

Hãy nói cho người đọc biết chính xác bạn muốn họ làm gì tiếp theo và đưa ra các đường dẫn siêu văn bản mà họ có thể kích vào đó để thực hiện công việc tiếp theo, chẳng hạn như “Hãy nhấp chuột vào đây để đăng ký.”

4. Sử dụng ngôn ngữ rõ ràng và trực tiếp

Một thông điệp tốt thường sử dụng giọng văn tích cực, ngắn gọn, rõ ràng và đi thẳng vào vấn đề. Đây là điều cốt yếu vì một nửa số người nhận thư thường chỉ đọc một vài câu đầu trước khi quyết định có nên đọc tiếp hay không. Nếu viết lách không phải điểm mạnh của bạn, hãy thuê một người có kinh nghiệm chuyên viết thư làm điều đó.

5. Tập trung vào lời chào hàng của bạn

Bức thư điện tử của bạn có một chủ đề và chỉ nên có một chủ đề mà thôi. Hãy cố gắng lại mong muốn đưa ra nhiều lời chào hàng một lúc vì điều đó có thể làm người đọc bối rối và làm loãng thông điệp của bạn.

6. Đừng để rơi quả bóng

Một số thông điệp tiếp thị thông qua thư điện tử không tồn tại được lâu vì chúng thất bại trong việc truyền tải cả các thông tin khách hàng cần để tận dụng những ích lợi của lời chào hàng.

Bạn hãy chắc chắn rằng đã đưa ra đủ tất cả các dữ liệu quan trọng như giá thành, phương thức giao hàng và các thời hạn cuối cùng. Thật không hợp lý khi bạn hy vọng khách hàng vào trang chủ của bạn để lấy các thông tin họ cần để đánh giá bức thư chào hàng của bạn.

7. Nên kèm theo lời tái bút

Thư điện tử, cũng giống như một bức thư truyền thống, mặc dù không bắt buộc phải có lời tái bút, nhưng chính nó lại thu hút được sự quan tâm của người đọc.

Thông thường, người nhận đọc dòng tiêu đề, sau đó là luận điểm, đọc lướt các nội dung quan trọng và chuyển luôn đến phần tái bút. Do đó, trong phần

tái bút, bạn nên nhắc lại lời chào và tận dụng cơ hội này để làm nổi bật lời chào hàng của bạn.

Sau dòng tái bút, hãy luôn cho khách hàng một phương pháp để thoát khỏi danh sách của bạn. Đây thường là đường link cuối cùng trong email của bạn.

8. *Làm cho bức thư dễ đọc*

Việc gửi thư điện tử để chào hàng không thể thành công nếu bức thư đó quá dày đặc và lộn xộn. Vì vậy, hãy chỉ để khoảng ba đến bốn dòng trong một đoạn và khoảng cách giữa các dòng là gấp đôi.

Sử dụng các dấu gạch đầu dòng, dấu sao hoặc tô màu để nhấn mạnh các nội dung quan trọng, nhưng nên tránh dùng toàn chữ hoa và quá nhiều câu cảm thán.

Hãy đặt sao cho văn bản của bạn chứa tối đa khoảng 67 chữ cái trong một dòng để nó sẽ được trình bày chính xác như vậy trong mọi chương trình đọc thư điện tử. Và bạn cũng nên tránh việc cắt địa chỉ link thành hai dòng vì điều đó có thể gây ra những vấn đề về kỹ thuật.

Đến đây, bạn hãy ngồi lại và đọc một lần nữa 8 chiêu thức trên. Nếu bạn thực hiện tốt nó, bạn sẽ dễ dàng cho khách hàng biết các lợi ích mà lời chào hàng của bạn mang lại và sẽ cải thiện doanh số rất hiệu quả.

4 mẹo khiến khách hàng lập tức đọc email của bạn

Bạn có biết 80% khách hàng khi nhận email chỉ đọc tiêu đề và tên người gửi? Một chiến dịch *Email marketing* với database hoành tráng, nội dung mượt mà và server “cùi bắp” cũng sẽ thất bại nếu không ngay lập tức gây chú ý ở hai chi tiết này. 4 mẹo sau sẽ giúp tăng hiệu quả chiến dịch của bạn.

1. *Tên người gửi – Thương hiệu của chiến dịch*

Khi nhận email, khách hàng sẽ thấy cái gì đầu tiên? Không phải tiêu đề. Đó chính là tên người gửi. Đừng chỉ nghĩ đơn giản là sử dụng tên công ty hay tên bạn. Khi đăng ký nhận bản tin từ marketingprofs.com - website nổi tiếng về marketing, tôi thấy họ sử dụng ít nhất 4 kiểu tên người gửi: Get the Point, MarketingProfs Update, MarketingProfs Today và [Tên tác giả] + Marketing Profs. Vậy nên, nếu chiến dịch của bạn tập trung vào một sản phẩm hay dịch vụ nào đó, hãy thử cô đọng trong một vài từ rồi gắn với tên công ty. Rất hiệu quả đấy!

2. *Mẹo viết tiêu đề 1 (subject) – Đứng trên vai “người khổng lồ”*

Khi bắt tay vào viết nội dung cho email, hãy tự hỏi xem liệu bạn có thể liên kết với một người, một sự kiện hay thậm chí một cụm từ nào nổi tiếng và mang tính thời sự hay không? Nếu có, hãy dùng tên đó trong tiêu đề email của mình. Phạm vi triển khai chiến dịch *Email marketing* của bạn càng hẹp hoặc database của bạn càng chi tiết, mẹo này càng hiệu quả. Bạn có thể dễ dàng so sánh: email với tiêu đề có từ “download” luôn cao hơn những email không có, đơn giản vì “download” luôn là một trong những từ “hot” nhất trên internet.

3. Mẹo viết tiêu đề 2 – Viết hoa

Chữ viết hoa chắc chắn sẽ gây chú ý hơn chữ thường. Thế nhưng, hãy nhớ: mọi thứ đều gây ấn tượng nghĩa là chẳng có ấn tượng nào cả! Thêm nữa, nếu viết hoa tất cả, email của bạn rất dễ bị coi là SPAM. Có hai cách: viết hoa những chữ cái đầu tiên và chỉ chọn từ nào “hot” nhất.

4. Mẹo viết tiêu đề 3 – Vũ khí bí mật

Tôi rất thường xuyên nhận được email mời đăng ký webinar (một dạng hội thảo trực tuyến qua video). Đó là những email nổi bật trong inbox, bởi nó luôn bắt đầu bằng cụm từ “[Webinar]”. Ký tự “[]” chính là vũ khí bí mật mà tôi muốn chia sẻ với các bạn. Một ký tự khác cũng hiệu quả không kém (nhưng không nên lạm dụng), đó là dấu nháy kép (“”).

Nguồn: Saga

Làm sao thiết kế mẫu *Email marketing* (*Email marketing template*) hiệu quả

Là một [marketer](#), điều bạn mong muốn ở một mẫu *email marketing* là chúng được thiết kế chuyên nghiệp và có thể chèn thêm được thông tin khác khi cần thiết. Nhằm đảm bảo đạt được kết quả tốt từ các chương trình *Email marketing*, bạn cần hiểu rõ những cách thức cấu trúc nên một mẫu email nhằm mục đích tối ưu hóa sự tương tác giữa chúng và người nhận trong khi vẫn giữ được hình ảnh thương hiệu. Dưới đây là một vài lời khuyên giúp bạn tạo ra những mẫu *Email marketing* chuyên nghiệp.

Cấu trúc chung trong mẫu *Email marketing*

Cấu trúc chung cho một mẫu *Email marketing* thường bao gồm: banner, tiêu đề, nội dung thông điệp và phần chân email. Bạn có thể chèn phần đầu đề ngay trên cùng, làm logo nhỏ hơn và cùng nằm trên cùng một hàng với tiêu đề. Cũng cần thống nhất về một cấu trúc chung.

1. Hình nền

Vấn đề đầu tiên được nhắc tới là việc hình nền rất khó được hiển thị trong



hộp thư đến – gồm trong cả Outlook 2010. Nếu bạn muốn sử dụng hình nền, hãy cố gắng thiết kế sao cho email vẫn giữ được vẻ đẹp khi hình nền không được hiển thị, có thể làm việc này bằng cách sử dụng một màu nền phù hợp.

2. Tiền đầu đề

Đây là dòng chữ nhỏ nằm ngay phía trên đầu của email thường được gọi là “Chữ tạo lòng tin” và cũng là dòng chữ đầu tiên người nhận đọc được khi mở email, dù hình ảnh có hiển thị hay không. Sử dụng dòng tiền đầu đề

- Chèn thêm đường link “xem trên trình duyệt web” để người xem có thể truy cập vào nội dung được lưu trữ trên trang web.
- Chèn thêm đường link opt out (đăng ký hủy bỏ nhận tin), giống như phần ở chân email.

3. Kích thước banner nên nhỏ gọn và nằm trong phạm vi vùng hiển thị (preview panel)

Có thể đặt logo ngay phần đầu email để người xem dễ dàng nhìn thấy và nhận biết được thương hiệu của bạn. Tuy nhiên, điều này có thể trở nên vô nghĩa khi chúng không thể được hiển thị và người nhận dường như đang đọc một email trống rỗng. Do đó logo không nên có kích thước quá lớn và nên đặt tiêu đề chính ngay kế bên logo, thay vì phía bên dưới.

Như bạn đã biết, người xem thường có xu hướng nhìn từ phía tay trái trên cùng, do đó bạn có thể tùy nghi trong việc đặt logo phía bên trái và tiêu đề phía bên phải (theo cách truyền thống) hay ngược lại.

Nếu kích thước banner không lớn, bạn có thể đưa thêm một số nội dung [copy](#) vào trong phạm vi vùng hiển thị (preview pane). Việc này cho phép người đọc tương tác với nội dung email trong thời gian ngắn nhất thậm chí trước khi hình ảnh được hiển thị, nếu nội dung kêu gọi hành động đủ thu hút.

4. Quyền hủy bỏ đăng ký nhận email

Cuối cùng, bạn cần tích hợp một đường link đăng ký hủy bỏ việc nhận email. Đường link này nên là chữ, tránh sử dụng hình ảnh để phòng khi chúng không được hiển thị và người nhận không thể thực hiện được chức năng trên. Khi người nhận muốn đăng ký không tiếp tục nhận email và không biết làm sao để thực hiện, khả năng họ bấm vào nút spam là rất lớn.

Một số lời khuyên khi viết nội dung

Một khi bắt tay viết nội dung, bạn cần chú ý rằng chúng phải được trình bày rõ ràng nhằm giúp người đọc dễ dàng theo dõi.

1. Xây dựng cấu trúc dựa trên bảng (table)

Dù việc sử dụng bảng (table) không phải là xu hướng thiết kế web mới nhất, nhưng chúng được xem là cách tốt nhất hình thành nên cấu trúc của một email, và hơn nữa chúng tạo ra sự thuận tiện khi điều chỉnh mẫu *Email marketing*.

Thông thường bạn hay đặt hình ảnh ở phía bên trái hay bên phải một đoạn nội dung. Bạn thậm chí có thể thay đổi luân phiên vị trí giữa hình ảnh và nội dung trong toàn bộ email.

Một số người có thể click vào hình ảnh còn số khác thì không, do đó khi có hình ảnh, bạn có thể biến chúng thành link tới phần còn lại của bài viết trên trang web.

2. Đừng quên các thiết bị di động

Ngày càng có nhiều người sử dụng các thiết bị di động cho việc nhận và đọc email. Điểm bất lợi nằm ở chỗ là người đọc cần phải phóng to hay thu nhỏ khi đọc thông tin. Nên bố cục phần nội dung theo dạng cột và giữ đều kích thước từng cột từ trên xuống dưới, việc này sẽ tạo sự dễ dàng hơn cho người đọc.

3. Chia sẻ thông tin

Một khi email đã nằm ngay trước mắt người nhận, hãy tạo điều kiện thuận lợi nhất cho phép họ có thể chia sẻ thông tin này cho bạn bè và người thân ngay lập tức.

Tránh rơi vào hộp thư rác

1. Tỷ lệ giữa chữ và hình ảnh

Để tránh rơi vào hộp thư rác, tỷ lệ giữa chữ và hình ảnh nên là 60% : 40%, với ít nhất 3 hình trên một trang.

2. Kích cỡ chữ

Nếu bạn chọn kích cỡ chữ quá lớn, khả năng rơi vào hộp thư rác sẽ rất lớn. Chỉ khi gửi kiểm tra, bạn mới biết được liệu kích cỡ chữ đã ổn hay chưa.

3. Từ ngữ được xem là spam

Bất cứ nhà cung cấp dịch vụ gửi email (ESP) nào cũng sử dụng công cụ kiểm tra spam trong đó có chỉ định những từ ngữ được liệt vào spam. Tuy nhiên chỉ khi gửi thử, bạn mới biết được email sẽ nằm trong hộp thư đến hay trong hộp thư rác.

Hướng dẫn sử dụng phần mềm EM

Quản lý danh sách liên hệ

Danh sách liên hệ là tài sản quý giá nhất trong EM. Mỗi một danh sách có thể chứa 0 hoặc nhiều liên hệ.

Xem danh sách liên hệ

Hiện thị tất cả các danh sách liên hệ với các thông tin như: Tên danh sách, ngày tạo, số lượng email,... Giá trị mặc định là hiển thị 20 danh sách mỗi trang. Nếu bạn muốn hiển thị số kết quả trên mỗi trang thì nhấn vào **Kết quả mỗi trang:** và chọn một con số.



[Liên hệ](#) [Danh sách liên hệ](#) [Chiến dịch email](#) [Thống kê](#) [Logout \(admin\)](#)

[Xem danh sách](#) [Tạo danh sách](#)

Xem danh sách liên hệ

Danh sách liên hệ sử dụng để lưu trữ chi tiết các đăng ký hoặc chào hàng, mỗi liên hệ. Bao gồm địa chỉ email và các thông tin khác như tên, công ty, địa chỉ, v.v..

[Tạo một danh sách liên hệ mới](#)

Chọn một hành động

Tiếp tục

Kết quả hiện thị trên 1 trang: 20

Hiện thị 1-10 của 10 kết quả.

	Tên danh sách	Ngày tạo ra	Số lượng mail	Chủ sở hữu	Hành động
☐	Khách hàng của nhanh.vn	09-09-2011	10		Xem liên hệ Sửa Sao chép Xóa
☐	Đồ gia dụng	09-09-2011	16		Xem liên hệ Sửa Sao chép Xóa
☐	Đồ dùng nhà bếp	09-09-2011	15		Xem liên hệ Sửa Sao chép Xóa
☐	Đồ chơi trẻ em	09-09-2011	15		Xem liên hệ Sửa Sao chép Xóa
☐	Thực phẩm sức khỏe	09-09-2011	15		Xem liên hệ Sửa Sao chép Xóa
☐	Thiết bị sức khỏe	09-09-2011	15		Xem liên hệ Sửa Sao chép Xóa
☐	Quà tặng	09-09-2011	15		Xem liên hệ Sửa Sao chép Xóa
☐	Đồ điện tử	09-09-2011	15		Xem liên hệ Sửa Sao chép Xóa
☐	old_newsletter_subscriber	09-09-2011	6		Xem liên hệ Sửa Sao chép Xóa
☐	IT Nhanh	09-09-2011	7		Xem liên hệ Sửa Sao chép Xóa

❖ Các hành động:

- [Xem liên hệ](#) : Xem các liên hệ trong danh sách

Có 10 liên hệ trong danh sách

[Thêm liên hệ vào danh sách](#) [Tìm kiếm](#)

Chọn một hành động

Go

Hiện thị 1-10 của 10 kết quả.

	Địa chỉ Email	Ngày đã thêm	Định dạng Email	Tình trạng Hoạt động	Đã xác nhận	Danh sách Liên hệ	Hành động
☐	hunhtrieu2310@yahoo.com	2011/09/09 05:44:10 PM	HTML	Hoạt động	Đã xác nhận	Khách hàng của nhanh.vn	Xem Sửa Xóa
☐	thuylien02@gmail.com	2011/09/09 05:45:44 PM	HTML	Hoạt động	Đã xác nhận	Khách hàng của nhanh.vn	Xem Sửa Xóa
☐	thanh@gmail.com	2011/09/09 05:45:44 PM	HTML	Hoạt động	Đã xác nhận	Khách hàng của nhanh.vn	Xem Sửa Xóa
☐	test123@gmail.com	2011/09/09 05:45:44 PM	HTML	Hoạt động	Đã xác nhận	Khách hàng của nhanh.vn	Xem Sửa Xóa
☐	hienguyenxuan@gmail.com	2011/09/09 05:45:44 PM	HTML	Hoạt động	Đã xác nhận	Khách hàng của nhanh.vn	Xem Sửa Xóa
☐	quantr@gmail.com	2011/09/09 05:45:44 PM	HTML	Hoạt động	Đã xác nhận	Khách hàng của nhanh.vn	Xem Sửa Xóa
☐	admin@gmail.com	2011/09/09 05:45:45 PM	HTML	Hoạt động	Đã xác nhận	Khách hàng của nhanh.vn	Xem Sửa Xóa
☐	lempro02@gmail.com	2011/09/09 05:45:45 PM	HTML	Hoạt động	Đã xác nhận	Khách hàng của nhanh.vn	Xem Sửa Xóa
☐	thuylien02@gmail.com	2011/09/09 05:45:45 PM	HTML	Hoạt động	Đã xác nhận	Khách hàng của nhanh.vn	Xem Sửa Xóa
☐	khangboi@yahoo.com.vn	2011/09/09 05:45:45 PM	HTML	Hoạt động	Đã xác nhận	Khách hàng của nhanh.vn	Xem Sửa Xóa

- [Sửa](#) : Chỉnh sửa lại thông tin của danh sách

Bạn điền các thông tin mà mình muốn chỉnh sửa, khi xong rồi thì nhấn vào nút **Lưu lại** để lưu lại và nhấn vào **Bỏ qua** nếu như bạn không muốn lưu lại thông tin mình đã chỉnh sửa.

The screenshot shows a web form titled "Thông tin chi tiết danh sách mới" (New list item details). It includes fields for "Tên danh sách*" (List name) with a sub-label "Khách hàng của nhanh.vn", and "Tên sở hữu danh sách*" (List owner) with a sub-label "nhanhvn_customer". There is a checkbox for "Đồng ý, gửi email thông báo đăng ký và dỡ đăng ký tới chủ sở hữu danh sách" (I agree, send registration and deregistration email to the list owner). Below this is a section titled "Nội dung tùy chọn" (Optional content) with a heading "Thêm những nội dung này vào danh sách:" (Add these contents to the list:). It contains several checkboxes: Title (checked), First Name (checked), Last Name, Phone, Mobile, Fax, Birth Date, City, State, Postal/Zip Code, and Country.

- [Sao chép](#) : Tạo một danh sách sao chép của một danh sách được chọn.
- [Xóa](#) : Xóa danh sách được chọn.

- Một số hành động khác khi nhấn vào **Chọn một hành động** **Tiếp tục** :
 - + Xóa danh sách đã được chọn: Xóa các danh sách đã được chọn và các liên hệ có trong danh sách được chọn.
 - + Xóa liên hệ trong danh sách đã chọn: Xóa tất cả các liên hệ trong danh sách được chọn nhưng không xóa danh sách.
 - + Cập nhật liên hệ để nhận chiến dịch text: Cập nhật lại thông tin của liên hệ trong danh sách được chọn để liên hệ có thể nhận chiến dịch text.
 - + Cập nhật liên hệ để nhận chiến dịch html: Cập nhật lại thông tin của liên hệ để liên hệ trong danh sách được chọn có thể nhận chiến dịch html.
 - + Cập nhật trạng thái liên hệ đã xác nhận: Cập nhật lại trạng thái của tất cả các liên hệ trong danh sách được chọn là đã được xác nhận.
 - + Cập nhật trạng thái liên hệ chưa xác nhận: Cập nhật lại trạng thái của tất cả các liên hệ trong danh sách được chọn là chưa được xác nhận.
 - + Ghép các danh sách đã chọn lại với nhau: tạo ra một danh sách mới với liên hệ là tất cả các liên hệ của các danh sách được chọn.

Tạo danh sách liên hệ

Tạo ra một danh sách liên hệ chứa thông tin như: tên công ty, địa chỉ... chứa 0 hoặc nhiều liên hệ.

+ Bước 1: nhấn vào

Tạo danh sách

+ Bước 2: Điền các thông tin cần thiết sau đó nhấn nút

Lưu lại

và nút

Bỏ qua

The screenshot shows the 'nhanh.vn' web application interface. At the top, there's a navigation bar with the logo 'nhanh.vn' and links for 'admin', 'Trợ giúp', and 'Thoát'. Below the navigation bar, there's a sidebar with a menu containing 'Liên hệ', 'Danh sách liên hệ', 'Chiến dịch email', 'Thống kê', and 'Logout (admin)'. The main content area is titled 'Tạo một danh sách liên hệ' (Create a new contact list). It includes a description: 'Danh sách liên hệ sử dụng để lưu trữ chi tiết các đăng ký hoặc chào hàng, mỗi liên hệ. Bao gồm địa chỉ email và các thông tin khác như tên, công ty, địa chỉ, w...'. Below this, there's a section for 'Thông tin chi tiết danh sách mới' (New list details) with fields for 'Tên danh sách*' (List name) and 'Tên sở hữu danh sách*' (List owner). There's also a checkbox for 'Đồng ý, gửi email thông báo đăng ký và đã đăng ký tới chủ sở hữu danh sách' (I agree, send registration and registration email to the list owner). At the bottom, there's a section for 'Nội dung tùy chọn' (Optional content) with checkboxes for 'Title', 'First Name', 'Last Name', 'Phone', and 'Mobile'.

Quản lý liên hệ

Liên hệ là người nhận email, nó không chỉ chứa địa chỉ email mà còn kèm theo thông tin chi tiết về người nhận như: họ tên, giới tính, ngày sinh...

Xem tất cả các liên hệ

Hiển thị tất cả các liên hệ với các thông tin như: định dạng email sẽ gửi đi, ngày tạo liên hệ, tình trạng hoạt động, đã xác nhận hay chưa, nó thuộc danh sách liên hệ nào và các hành động xem, thêm, sửa, xóa liên hệ. Giá trị mặc định sẽ hiển thị là 20 liên hệ mỗi trang.

- ## Xem liên hệ

Chi tiết liên hệ bạn lựa chọn xem được hiển thị ở dưới. Nhấn vào nút **Sửa đổi** nếu bạn muốn sửa liên hệ, hoặc **Xóa** nếu bạn muốn xóa liên hệ

Sửa liên hệ

Xóa liên hệ

Quay lại

Thông tin chi tiết

Địa chỉ email

:

hungtrieu2910@yahoo.com

Định dạng Email

:

HTML

Tình trạng xác nhận:

:

Đã xác nhận

Trạng thái

:

Hoạt động

Ngày yêu cầu liên hệ

:

09/09/2011

Ngày xác nhận liên hệ

:

09/09/2011

Chi tiết trường tùy chọn

Title

:

First Name

:

Ở đây bạn có thể sửa một liên hệ khi nhấn vào nút [Sửa liên hệ](#) hay bạn có thể xóa liên hệ này khi nhấn vào nút [Xóa liên hệ](#) hoặc nếu bạn muốn quay lại trang trang xem tất cả các liên hệ thì bạn nhấn vào nút [Quay lại](#).

- [Sửa](#): Chỉnh sửa lại các thông tin của liên hệ được chọn

Sửa liên hệ

Cập nhật chi tiết của các liên hệ đã chọn sử dụng form bên dưới.

*Fields with * are required.*

Sửa Chi tiết Liên hệ

Địa chỉ Email:	buihanhdung@gmail.com
Định dạng Email:	HTML
Trạng thái xác nhận:	Đã xác nhận
Trạng thái:	Hoạt động
Ngày yêu cầu Liên hệ:	9/9/11 5:45:48 PM
Địa chỉ IP xác nhận liên hệ:	0
Ngày xác nhận liên hệ:	9/9/11 5:45:48 PM

Chi tiết Thông tin tùy chọn

Bạn điền lại thông tin của liên hệ này rồi nhấn vào nút [Lưu và sửa tiếp](#) để chương trình lưu lại những thông tin bạn đã chỉnh sửa và cho phép bạn tiếp tục chỉnh sửa, nếu bạn nhấn vào nút [Lưu và thoát](#) chương trình sẽ lưu lại những thông tin bạn đã chỉnh sửa và thoát khỏi đây. Khi bạn nhấn vào [Thoát](#) thì sẽ thoát khỏi giao diện chỉnh sửa và ra ngoài xem liên hệ.

- [Xóa](#): Xóa liên hệ

- Một số hành động khác khi bạn nhấn vào:

-----Chọn một hành động-----

 :
- + Xóa liên hệ: xóa các liên hệ được chọn.
- + Cập nhật liên hệ để nhận chiến dịch text: đổi lại định dạng của liên hệ là text để liên hệ chỉ nhận chiến dịch dạng text.
- + Cập nhật liên hệ để nhận chiến dịch html: đổi lại định dạng của liên hệ là html để liên hệ chỉ nhận định dạng html.
- + Cập nhật trạng thái xác nhận: đổi lại trạng thái của liên hệ là đã xác nhận.
- + Cập nhật trạng thái chưa xác nhận: đổi lại trạng thái của liên hệ là chưa xác nhận.

Thêm liên hệ

Thêm một liên hệ vào danh sách liên hệ bằng cách điền thông tin của họ và chọn danh sách liên hệ mà bạn muốn thêm vào.

+Bước 1: Nhấn vào

Thêm liên hệ

+ Bước 2: Chọn một danh sách liên hệ rồi nhấn vào

Tiếp tục

nếu bạn muốn hủy

việc tạo liên hệ thì nhấn vào

Hủy

Thêm liên hệ

Để thêm một liên hệ đơn lẻ vào danh sách bằng cách gõ thông tin của họ, bắt đầu bằng việc chọn danh sách mà bạn muốn thêm vào. Bạn cũng có thể [nhập liên hệ từ một file vào danh sách.](#)

Tiếp tục

Hủy

Chọn một Danh sách

Danh sách Liên hệ:

Khách hàng của nhanh.vn (9 hoạt động)

Đồ gia dụng (16 hoạt động)

Đồ dùng nhà bếp (15 hoạt động)

Đồ chơi trẻ em (15 hoạt động)

Thực phẩm sức khỏe (15 hoạt động)

Thiết bị sức khỏe (15 hoạt động)

Quà tặng (15 hoạt động)

Đồ điện tử (15 hoạt động)

old_newsletter_subscriber (6 hoạt động)

IT Nhanh (7 hoạt động)

Tiếp tục

Hủy

+ Bước 3: Điền các thông tin cần thiết vào sau đó nhấn vào

Lưu

để lưu lại liên hệ

và tiếp tục nhập liên hệ khác vào danh sách hoặc nhấn vào

Lưu và thoát

để lưu lại

liên hệ và thoát ra khỏi danh sách, nếu bạn nhấn vào

Thoát

chương trình sẽ trở về

giao diện xem tất cả các liên hệ.

Thêm một liên hệ vào 359

Gõ thông tin của liên hệ vào form dưới đây. Khi bạn click Lưu, chúng sẽ được thêm vào danh sách của bạn.

Các trường có dấu * là bắt buộc.

Chi tiết Liên hệ mới

Địa chỉ Email *

Định dạng Email

Đã xác nhận

Chi tiết Thông tin tùy chọn

Title:

First Name:

Last Name:

Phone:

Mobile:

Fax:

Birth Date:

City:

State:

Postal/Zip Code:

Country:

Tìm kiếm liên hệ

Lọc ra các liên hệ trong các danh sách được chọn theo một tiêu chí nào đó.

+ Bước 1: Nhấn vào

Tìm kiếm liên hệ

+ Bước 2: Chọn một hoặc nhiều danh sách liên hệ rồi nhấn vào

Tiếp tục

Tìm kiếm các Liên hệ

Một liên hệ là một người đã được thêm hoặc đăng ký vào danh sách của bạn. Bạn có thể xem tất cả các liên hệ hoặc tìm kiếm theo chỉ định của bạn.

Chọn Danh sách

Danh sách liên hệ

☐ -- Tất cả danh sách --

☐ Khách hàng của nhanh.vn (9 hoạt động)

☐ Đồ gia dụng (16 hoạt động)

☐ Đồ dùng nhà bếp (15 hoạt động)

☐ Đồ chơi trẻ em (15 hoạt động)

☐ Thực phẩm sức khỏe (15 hoạt động)

☐ Thiết bị sức khỏe (15 hoạt động)

☐ Quà tặng (15 hoạt động)

☐ Đồ điện tử (15 hoạt động)

☐ old_newsletter_subscriber (6 hoạt động)

☐ IT Nhanh (7 hoạt động)

☐ dsasdfa (0 hoạt động)

Lọc theo tên...

+ Bước 3: Điền các thông tin bạn cần lọc ra như : địa chỉ email, giới tính, quốc gia... sau đó nhấn

Tiếp tục

Chương trình sẽ lọc ra các liên hệ với các tiêu chí bạn điền vào và hiển thị kết quả tìm được.

Nhập các liên hệ từ một file CSV

Thêm các liên hệ từ một file .CSV bằng cách chọn file dữ liệu và chọn danh sách liên hệ bạn muốn thêm vào.

+ Bước 1: Nhấn vào

Nhập liên hệ từ file CSV

+ Bước 2: Chọn một danh sách rồi nhấn vào

Tiếp tục

Thêm liên hệ từ file

Để thêm một liên hệ từ file CSV trên máy tính của bạn, hãy chọn danh sách và import liên hệ từ bảng dưới đây.

Tiếp tục

Chọn một Danh sách

Danh sách Liên hệ:

- Khách hàng của nhanh.vn (9 hoạt động)
- Đồ gia dụng (16 hoạt động)
- Đồ dùng nhà bếp (15 hoạt động)
- Đồ chơi trẻ em (15 hoạt động)
- Thực phẩm sức khỏe (15 hoạt động)
- Thiết bị sức khỏe (15 hoạt động)
- Quà tặng (15 hoạt động)
- Đồ điện tử (15 hoạt động)
- old_newsletter_subscriber (6 hoạt động)
- IT Nhanh (7 hoạt động)

Tiếp tục

+ Bước 3: Bạn chọn một file CSV (nhấn vào **Browse...**) và điền vào một số thông tin cần thiết sau đó nhấn **Tiếp**.

Chọn file CSV từ máy tính bằng cách click nút Browse... bên dưới. Bạn cũng có thể chỉ định tùy chọn đang cao nếu được yêu cầu.

Chi tiết Nhập vào

Định dạng Email: HTML

Đã xác nhận: Xác nhận

Cho phép ghi đề các liên hệ đã tồn tại

Cho phép thêm liên hệ vào phân hồi tự động.

Chi tiết File

Chứa Header: Cho phép file này chứa header.

Phân tách nội dung: .

Khoanh vùng nội dung:

Nhập file: Browse...

Tải một file từ máy tính (tối đa 2M).

Tiếp Hủy

+ Bước 4: Ánh xạ các trường trong file csv (bên trái) vào các trường trong liên hệ như: địa chỉ email, định dạng, giới tính... sau đó nhấn vào **Tiếp tục**

Nhập vào các liên hệ.

Các trường trong file CSV hiển thị ở dưới bên trái. Chọn chỉ tiết liên hệ theo yêu cầu bằng cách chọn cho từ danh sách bên phải.

Tiếp tục

Hủy

Liên kết Nhập nội dung

"Địa chỉ Email" Maps to:

None

"Định dạng Email" Maps to:

None

"Đã xác nhận" Maps to:

None

"Ngày đăng ký (mm/dd/yyyy)" Maps to:

None

Tiếp tục

Hủy

+ Bước 5: Nếu bạn đã sẵn sàng thì nhấn vào **Bắt đầu nhập** để bắt đầu nhập các liên hệ vào danh sách đã chọn.

+ Bước 6: Sau khi nhập xong liên hệ sẽ đưa ra các kết quả: số lượng liên hệ được nhập vào, số lượng liên hệ không được nhập vào...

Quản lý chiến dịch email

Chiến dịch Email là các thông điệp mà bạn muốn gửi tới các liên hệ. Sử dụng chiến dịch email để gửi thư tin tức, thông báo, quảng cáo...

Xem tất cả các chiến dịch

Hiển thị một số thông tin về chiến dịch như: Tên chiến dịch, chủ đề, ngày tạo, kích hoạt,... mặc định sẽ hiển thị 20 chiến dịch mỗi trang. Nếu bạn muốn hiển thị số chiến dịch mỗi trang có thể nhấn vào **Hiển thị kết quả mỗi trang:** **20**.



Liên hệ | Danh sách liên hệ | **Chiến dịch email** | Thống kê | Logout (admin)

Xem tất cả các chiến dịch

Tạo một chiến dịch

Gửi một chiến dịch

Quản lý ảnh

Xem email gửi theo lịch

Xem những chiến dịch email

Chiến dịch Email là các thông điệp mà bạn muốn gửi tới các liên hệ. Sử dụng chiến dịch email để gửi thư tin tức, thông báo, quảng cáo...

Tạo một chiến dịch email...

Chọn một hành động

Go>>

Hiển thị kết quả mỗi trang: 20

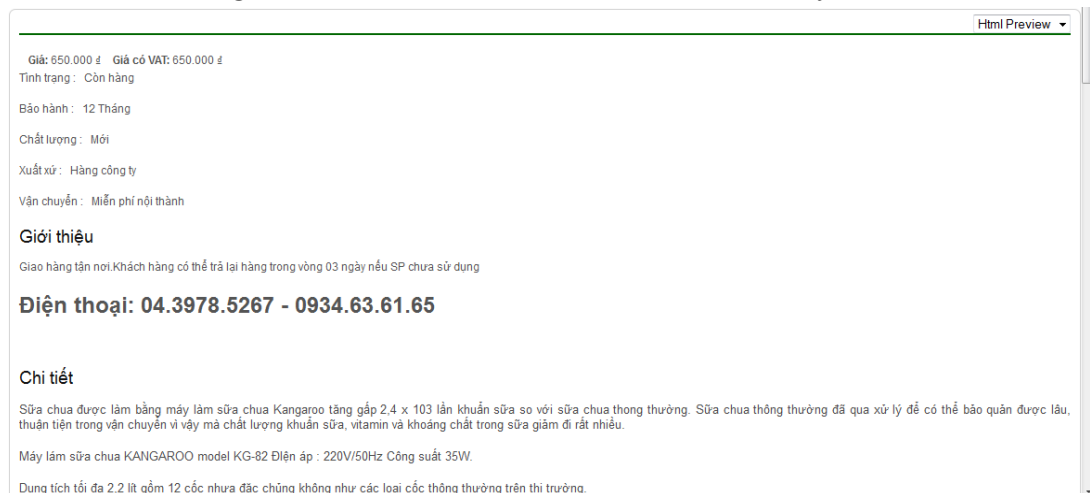
Hiển thị 1-3 của 3 kết quả.

	Tên chiến dịch	Chủ đề	Ngày tạo	Kích hoạt	Lưu trữ	Gửi lần cuối	Chủ sở hữu	Hành động
☐	Copy of Máy làm sữa chua	Máy làm sữa chua Kangaroo KG 82	Sep 12, 2011	✓	✓	Chưa gửi	Chưa có	Xem send Sửa copy Xóa
☐	Máy làm sữa chua	Máy làm sữa chua Kangaroo KG 82	Aug 30, 2011	✓	✓	Chưa gửi	Chưa có	Xem send Sửa copy Xóa
☐	chiến dịch html	i love you	Aug 17, 2011	✓	✓	Chưa gửi	Chưa có	Xem send Sửa copy Xóa

Ở đây bạn cũng có thể tạo một chiến dịch khi nhấn vào nút [Tạo một chiến dịch email...](#) .

❖ Các hành động:

- [Xem](#): Xem thông tin về chiến dịch theo định dạng html hay định dạng chữ



Html Preview ▾

Giá: 650.000 ₫ Giá có VAT: 650.000 ₫
Tình trạng: Còn hàng

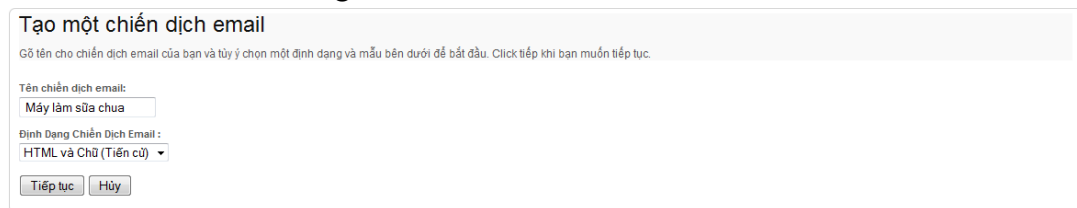
Bảo hành: 12 Tháng
Chất lượng: Mới
Xuất xứ: Hàng công ty
Vận chuyển: Miễn phí nội thành

Giới thiệu
Giao hàng tận nơi. Khách hàng có thể trả lại hàng trong vòng 03 ngày nếu SP chưa sử dụng

Điện thoại: 04.3978.5267 - 0934.63.61.65

Chi tiết
Sữa chua được làm bằng máy làm sữa chua Kangaroo tăng gấp 2.4 x 103 lần khuẩn sữa so với sữa chua thông thường. Sữa chua thông thường đã qua xử lý để có thể bảo quản được lâu, thuận tiện trong vận chuyển vì vậy mà chất lượng khuẩn sữa, vitamin và khoáng chất trong sữa giảm đi rất nhiều.
Máy làm sữa chua KANGAROO model KG-82 Điện áp : 220V/50Hz Công suất 35W.
Dung tích tối đa 2,2 lít gồm 12 cốc nhựa đặc chủng không như các loại cốc thông thường trên thị trường.

- [Send](#): Gửi đi chiến dịch đã chọn.
- [Sửa](#): Chỉnh sửa lại thông tin chiến dịch được chọn



Tạo một chiến dịch email

Gõ tên cho chiến dịch email của bạn và tùy ý chọn một định dạng và mẫu bên dưới để bắt đầu. Click tiếp khi bạn muốn tiếp tục.

Tên chiến dịch email:

Định Dạng Chiến Dịch Email :
HTML và Chữ (Tiền cũ) ▾

[Tiếp tục](#) [Hủy](#)

Ở đây bạn điền thông tin về tên chiến dịch và định dạng của chiến dịch email sau đó nhấn [Tiếp tục](#) nếu bạn muốn chỉnh sửa tiếp và nhấn [Hủy](#) nếu bạn không muốn sửa nữa.

Nếu bạn nhấn [Tiếp tục](#) : Chương trình sẽ yêu cầu bạn nhập thêm thông tin về chiến dịch như: chủ đề nội dung chữ, html...

Sửa một chiến dịch email

Sử dụng form dưới đây để cập nhật chiến dịch email của bạn. Bạn cũng có thể kiểm tra từ khóa spam và xem thử email trông như thế nào trên các chương trình mail-client khác nhau.

Email Campaign Details

Tiêu đề email:
Máy làm sữa chua Kang

☒ Tạo nội dung sử dụng bộ soạn thảo WYSIWYG dưới đây
☐ Tải lên một file từ máy tính
☐ Nhập vào một file từ trang web

Nội Dung Html:

Giá: 650.000 đ Giá có VAT: 650.000 đ

Tình trạng : Còn hàng

Bảo hành : 12 Tháng

Chất lượng : Mới

Xuất xứ : Hàng công ty

Vận chuyển : Miễn phí nội thành

Giới thiệu

Giao hàng tận nơi.Khách hàng có thể trả lại hàng trong vòng 03 ngày nếu SP chưa sử dụng

Điện thoại: 04 3078 5267 0034 63 61 65

Sau khi bạn chỉnh sửa chiến dịch bạn có thể nhấn vào nút **Lưu & sửa** để lưu lại những thông tin bạn vừa chỉnh sửa và tiếp tục chỉnh sửa. Nếu bạn không muốn sửa nữa thì nhấn vào nút **Lưu & thoát** để lưu lại thông tin bạn vừa sửa và thoát khỏi chức năng này.

- [Copy](#): Tạo một chiến dịch là một bản sao của chiến dịch được chọn.
- [Xóa](#): Xóa một chiến dịch được chọn.

- Một số hành động khác khi bạn nhấn vào **Chọn một hành động** **Go>>**

bạn hãy chọn một hành động sau đó nhấn vào **Go>>** :

- + Xóa: Xóa đi 1 hoặc nhiều các chiến dịch được chọn.
- + Lưu trữ: Cập nhật trạng thái lưu trữ cho chiến dịch.
- + Không lưu trữ: Cập nhật trạng thái không lưu trữ cho chiến dịch.
- + Kích hoạt: Cập nhật trạng thái kích hoạt cho chiến dịch.
- + Không kích hoạt: Cập nhật trạng thái không kích hoạt cho chiến dịch.

Tạo một chiến dịch

Tạo một chiến dịch email từ các mẫu có sẵn hoặc chưa có mẫu nào. Bạn điền vào các chi tiết của chiến dịch như tiêu đề email, nội dung email, ...

- + Bước 1: Nhấn vào nút **Tạo một chiến dịch**

- + Bước 2: Điền thông tin về tên chiến dịch, định dạng email của chiến dịch và lựa chọn template cho chiến dịch mặc định là chưa có template nào.

Tạo một chiến dịch email

Gõ tên cho chiến dịch email của bạn và tùy ý chọn một định dạng và mẫu bên dưới để bắt đầu. Click tiếp khi bạn muốn tiếp tục.

Tên chiến dịch email:

Định Dạng Chiến Dịch Email :
HTML và Chữ (Tiền cũ)

Mẫu Email:

- No Template
- Basic**
 - Basic Template 1
 - Basic Template 2
 - Basic Template 3
 - Basic Template 4
 - Basic Template 5
- Business**

Tiếp tục Hủy

Sau khi điền xong thông tin bạn chọn **Tiếp tục** để tiếp tục điền thêm thông tin cho chiến dịch và **Hủy** nếu bạn muốn hủy việc tạo chiến dịch.

+ Bước 3: Bạn nhập vào chủ đề của chiến dịch, nội dung html hoặc nội dung chữ...

Tạo một chiến dịch email

Sử dụng form dưới đây để tạo chiến dịch email của bạn. Bạn cũng có thể kiểm tra từ khóa spam và xem thử email trông như thế nào trên các chương trình mail-client khác nhau.

Email Campaign Details

Tiêu đề email:

☒ Tạo nội dung sử dụng bộ soạn thảo WYSIWYG dưới đây

☐ Tải lên một file từ máy tính

☐ Nhập vào một file từ trang web

Nội Dung Html:

Formatting Styles Source

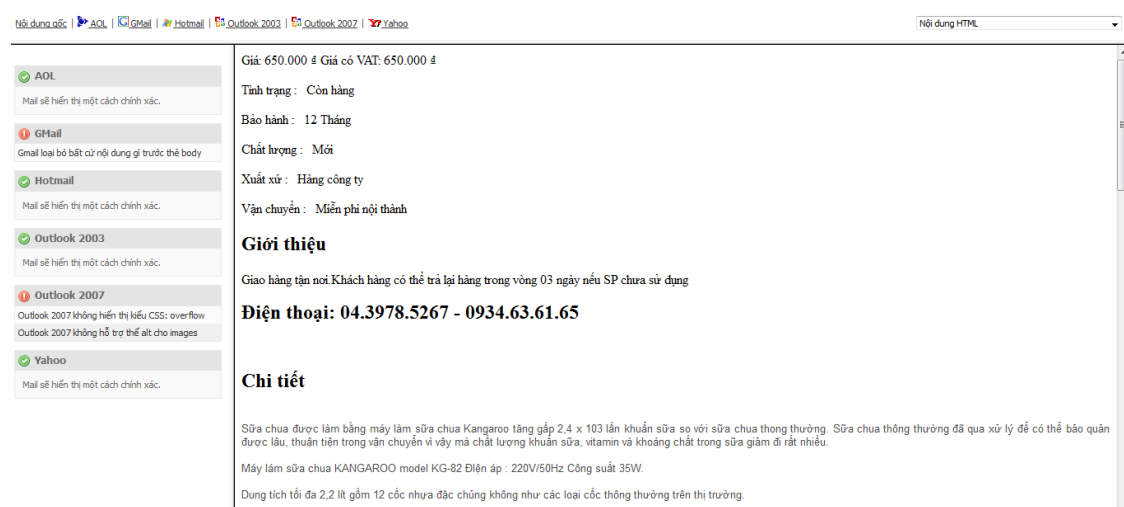
Ở đây bạn có thể tải một file từ máy mình lên cho vào nội dung của chiến dịch bằng cách chọn ☐ Tải lên một file từ máy tính sau đó nhấn vào nút **Browse...** chọn file bạn cần tải lên và chọn **Upload**. Hoặc bạn có thể lấy nội dung của một trang web cho vào nội dung chiến dịch của bạn khi bạn nhấn vào ☐ Nhập vào một file từ trang web sau đó điền địa chỉ trang web đó vào và nhấn vào **Import**.

Chú ý: sau khi bạn đã có nội dung html và nội dung chữ:

+ Bạn nên nhấn vào **Kiểm tra các từ khóa spam trong chiến dịch email của bạn.** để chương trình kiểm tra các từ hoặc cụm từ phổ biến hay được sử dụng nhưng rất dễ làm cho email của bạn bị liệt vào spam email.



+ Bạn cũng nên xem nội dung html của chiến dịch của bạn trên các email client hay ISP khác nhau như: AOL, Gmail, Yahoo mail,... và các nguyên nhân khiến email của bạn hiển thị ra như vậy trong nội dung chiến dịch của bạn bằng cách nhấn vào nút **Xem email hiển thị trên các trình duyệt khác nhau.** chương trình sẽ cho phép bạn xem trước nội dung của chiến dịch trên các email client khác nhau.



Sau khi điền đầy đủ thông tin và kiểm tra thấy ổn rồi bạn nhấn vào nút **Lưu & sửa** để lưu lại chiến dịch và tiếp tục sửa, nhấn vào nút **Lưu & thoát** để lưu lại chiến dịch và trở lại trang xem tất cả các chiến dịch, nhấn nút **Hủy** để hủy việc tạo chiến dịch.

Gửi một chiến dịch

Gửi chiến dịch email tới các liên hệ được chọn trong danh sách liên hệ.

+ Bước 1: Nhấn vào nút

Gửi một chiến dịch

+ Bước 2: Chọn người bạn muốn gửi và danh sách bạn sẽ gửi đến rồi nhấn vào nút **Tiếp tục** và nhấn vào nút **Hủy** nếu bạn không muốn gửi chiến dịch.

Bạn muốn gửi tới ai?

☒ Gửi một email tới tất cả liên hệ trong danh sách đã chọn dưới đây.
☐ Gửi email tới các liên hệ phù hợp với tiêu chí tìm kiếm dưới đây.

Chọn một danh sách

(Chỉ có các danh sách/phân nhóm hiển thị bạn đã tích mới được chọn)

Tìm kiếm danh sách...

- ☐ Khách hàng của nhanh.vn (10 liên hệ đã được xác nhận hoạt động)
- ☐ Đò gia dụng (16 liên hệ đã được xác nhận hoạt động)
- ☐ Đò dùng nhà bếp (15 liên hệ đã được xác nhận hoạt động)
- ☐ Đò chơi trẻ em (15 liên hệ đã được xác nhận hoạt động)
- ☐ Thực phẩm sức khỏe (15 liên hệ đã được xác nhận hoạt động)
- ☐ Thiết bị sức khỏe (15 liên hệ đã được xác nhận hoạt động)
- ☐ Quà tặng (15 liên hệ đã được xác nhận hoạt động)
- ☐ Đò điện tử (15 liên hệ đã được xác nhận hoạt động)
- ☐ old_newsletter_subscriber (6 liên hệ đã được xác nhận hoạt động)
- ☐ IT Nhanh (7 liên hệ đã được xác nhận hoạt động)

Tiếp tục **Hủy**

- Ở đây nếu bạn chọn ☒ **Gửi một email tới tất cả liên hệ trong danh sách đã chọn dưới đây.** thì chương trình sẽ gửi chiến dịch tới tất cả các liên hệ trong email được chọn.

- Nếu bạn chọn ☐ **Gửi email tới các liên hệ phù hợp với tiêu chí tìm kiếm dưới đây.** chương trình sẽ gửi chiến dịch tới tất cả các liên hệ phù hợp với các tiêu chí là các thông tin mà bạn cung cấp như: giới tính, địa chỉ email, tuổi...

Lọc bởi những chi tiết cơ bản

Địa chỉ email:

Định dạng email: **Cả hai định dạng**

Trạng thái xác nhận: **Đã xác nhận**

Ngày thêm vào: ☐ cho phép lọc bởi ngày tạo

Lọc bởi nội dung tùy chọn

Ngày sinh: ☐ cho phép lọc bởi ngày sinh

Thành phố:

Quốc gia: **Chưa chọn**
 Afghanistan
 Albania
 Algeria
 American Samoa
 Andorra
 Angola
 Anguilla

Fax:

Họ:

Tên:

Số điện thoại di động:

Số điện thoại cố định:

Mã nước:

Tỉnh/thành phố: **Chưa chọn**
 Ms

+ Bước 3: Chọn chiến dịch và cấu hình chiến dịch

Cấu hình chiến dịch email

* Gửi chiến dịch email này: **Copy of Máy làm sữa chua**

* Gửi từ tên này: **old_newsletter_subscriber**

* Gửi từ địa chỉ mail này:

* Địa chỉ mail phản hồi:

* Địa chỉ mail trả về:

Cấu hình nâng cao (tùy chọn)

Họ của tôi là: **Xin vui lòng chọn họ**

Tên của tôi là: **Xin vui lòng chọn tên**

Gửi email của bạn ở dạng HTML và chữ: ☒ Cho phép gửi email ở cả hai định dạng (không khuyến cáo)

Theo dõi tỉ lệ mở mail html: ☒ Cho phép theo dõi mở email html

Theo dõi click vào liên kết trong email này: ☒ theo dõi tất cả liên kết trong chiến dịch email này
☐ Theo dõi chiến dịch sử dụng Google Analytics

Chèn ảnh như là Đính kèm: ☐ Cho phép chèn ảnh trong nội dung

Tiếp tục **Hủy**

Ở đây bạn chọn một chiến dịch mà bạn muốn gửi đi ở dòng đầu tiên

* Gửi chiến dịch email này: **Copy of Máy làm sữa chua** và thêm một số cấu hình cho chiến dịch của bạn.

+ Bước 4: Thống kê lại chiến dịch bạn muốn gửi đi

Gửi một chiến dịch email

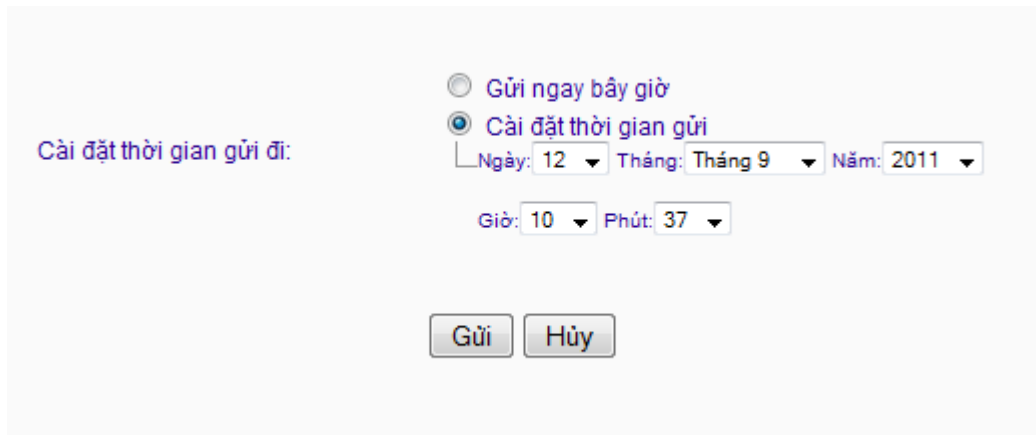
Gửi chiến dịch email của bạn bây giờ, đơn giản hãy click nút **Gửi chiến dịch của tôi** ở bên dưới.

- Tên chiến dịch của bạn được gọi là **Copy of Máy làm sữa chua**
- Chủ đề của chiến dịch email là **Máy làm sữa chua Kangaroo KG 82**
- Chiến dịch email của bạn sẽ gửi tới **old_newsletter_subscriber, IT Nhanh**
- Nó được gửi tới tổng **11** liên hệ
- Mỗi email có cỡ khoảng **8976 B**, Tổng **98.736 KB** cho toàn bộ thư được gửi
- Nếu email của bạn không thể gửi nó sẽ được gắn cờ trong **Xem chiến dịch email** với lựa chọn **gửi lại nó**

Gửi chiến dịch email của tôi **Hủy**

Bạn xem lại các thông tin xem có đúng không nếu thấy đúng thì nhấn vào nút **Gửi chiến dịch email của tôi** nếu thấy không đúng có thể trở lại bước trước hoặc nhấn vào **Hủy** để hủy việc gửi chiến dịch.

+ Bước 5: Cài đặt thời gian gửi chiến dịch rồi nhấn nút **Gửi** để gửi chiến dịch.



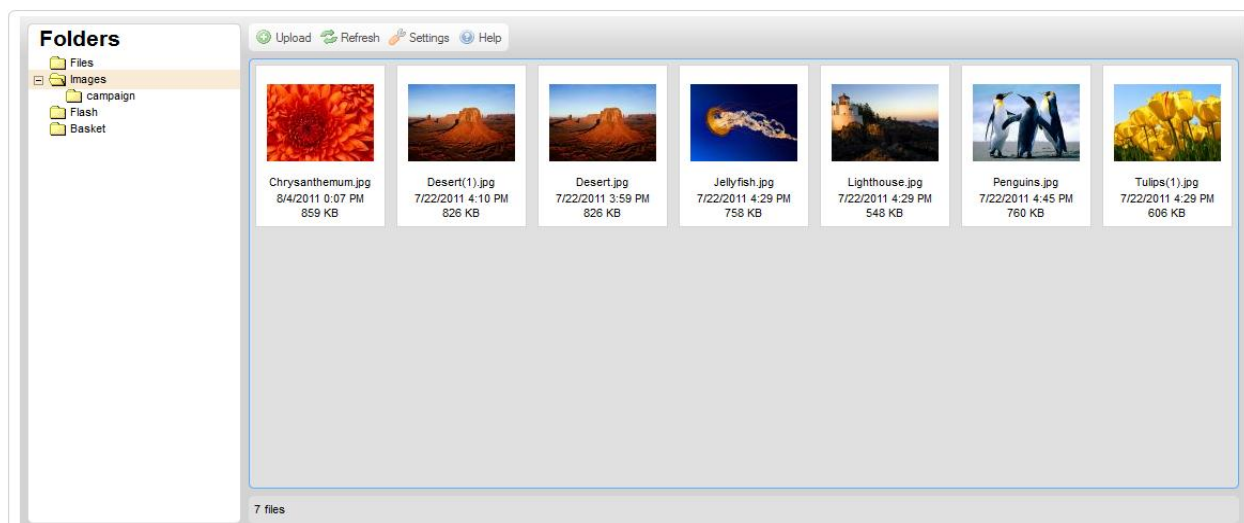
The screenshot shows a scheduling interface with the following elements:

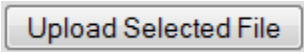
- Radio buttons for scheduling options: **Gửi ngay bây giờ** (unselected) and **Cài đặt thời gian gửi** (selected).
- Text label: **Cài đặt thời gian gửi đi:**
- Dropdown menus for date and time:
 - Ngày: 12
 - Tháng: Tháng 9
 - Năm: 2011
 - Giờ: 10
 - Phút: 37
- Buttons: **Gửi** and **Hủy**.

Nếu bạn muốn gửi chiến dịch ngay bạn chọn **Gửi ngay bây giờ**, nếu bạn chưa muốn gửi ngay mà muốn đặt lịch một lúc nào đó sẽ gửi bạn chọn **Cài đặt thời gian gửi** và đặt thời gian bạn muốn gửi.

Quản lý ảnh

Tạo bảng quản lý các ảnh để sử dụng tạo nội dung cho email, bạn có thể tải ảnh lên hoặc xóa ảnh đã chọn.



Nhấn vào  Upload và chọn bức ảnh bạn muốn tải lên sau đó nhấn vào  để tải ảnh của bạn lên hoặc bạn có thể thiết lập một số chức năng hiển thị ảnh bằng cách nhấn vào nút  Settings. Bạn cũng có thể xóa, thay đổi kích cỡ của ảnh...

Xem email gửi theo lịch

Danh sách các email trong hàng đợi mà bạn đã lập lịch, trạng thái sẽ cho biết chúng được gửi đi hay chưa. Bạn cũng có thể xóa các email khỏi hàng đợi hoặc xem nhưng email đó. Mặc định sẽ hiển thị 20 kết quả mỗi trang, nếu bạn muốn hiển thị số kết quả khác trên mỗi trang thì nhấn vào **Kết quả mỗi trang:** .

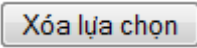
Gửi một chiến dịch

Xóa lựa chọn

Hiển thị kết quả mỗi trang: 20

Hiển thị 1-6 của 6 kết quả.

☐	Tên chiến dịch-chủ đề email	Danh sách liên hệ	Ngày gửi	Trạng thái hoạt động	Số người nhận	Hành Động
☒	Máy làm sữa chua - Máy làm sữa chua Kangaroo KG 82	nhanh	12/08/2011, 08:09	Chờ để gửi	3	Xem tam dừng sửa Xóa
☒	Máy làm sữa chua - Máy làm sữa chua Kangaroo KG 82	nhanh	12/08/2011, 08:09	đã được gửi	3	Xem Xóa
☒	Máy làm sữa chua - Máy làm sữa chua Kangaroo KG 82	nhanh	12/08/2011, 08:09	đã được gửi	3	Xem Xóa
☒	Máy làm sữa chua - Máy làm sữa chua Kangaroo KG 82	nhanh	12/08/2011, 08:09	Tạm dừng	3	Xem tiếp tục sửa Xóa
☒	Máy làm sữa chua - Máy làm sữa chua Kangaroo KG 82	nhanh	12/08/2011, 08:09	đã được gửi	3	Xem Xóa
☐	Máy làm sữa chua - Máy làm sữa chua Kangaroo KG 82	nhanh	12/08/2011, 08:09	đã được gửi	3	Xem Xóa

Ở đây bạn có thể gửi đi một chiến dịch khi nhấn vào nút  hoặc xóa đi một hoặc nhiều chiến dịch được chọn khi nhấn vào nút .

❖ Các hành động:

- [Xem](#) : Xem thông tin chi tiết về chiến dịch.
- [Tam dừng](#) : Tạm dừng gửi chiến dịch email được chọn.
- [Tiếp tục](#) : Tiếp tục gửi chiến dịch email được chọn.
- [Sửa](#) : Sửa lại thời gian gửi chiến dịch.
- [Xóa](#) : Xóa đi chiến dịch email đã gửi hoặc đang trong thời gian chờ.

Quản lý thông kê

Bạn đã tiến hành gửi chiến dịch email nhưng làm thế nào để có thể đánh giá được hiệu quả của cả chiến dịch đó. Công cụ thống kê sẽ giúp bạn làm tốt điều này dựa trên các chỉ số: lượng người open, tỷ lệ click,...

Thống kê chiến dịch

Thông kê chiến dịch email cho phép bạn xem chi tiết ngày tạo, tên chiến dịch, số người nhận,... Bạn có thể xem, in , xóa các chiến dịch email. Mặc định sẽ hiển thị các chiến dịch được gửi trong 30 ngày gần đây nhất và 20 kết quả trên mỗi trang.

Thống kê chiến dịch email

Chọn một hành động

Go>>

Xem thống kê theo ngày

Từ:

Đến:

Lọc

Hiển thị kết quả mỗi trang: 20

Hiển thị 1-2 của 2 kết quả.

☐	Ngày tạo	Giờ tạo	Tên chiến dịch	Danh sách liên hệ	Ngày hoàn thành	Số người nhận	Số người bỏ đăng ký	Hành Động
☐	06/09/2011	17:59	Máy làm sữa chua	nhanh	12/09/2011 ,11:05	3	0	Xem Xuất ra In Xóa
☐		17:57	Máy làm sữa chua	nhanh	12/09/2011 ,11:05	3	0	Xem Xuất ra In Xóa

Nếu bạn muốn xem thông kê chiến dịch theo ngày bạn chọn từ ngày nào Từ: đến ngày nào Đến: và nhấn vào **Lọc** chương trình sẽ lọc cho bạn những chiến dịch đã gửi trong các ngày đó.

Thống kê mở email

Thống kê những email nào được người nhận nào mở và mở bao nhiêu lần, mở lúc nào...

Thống kê mở email

Chọn một hành động

Go>>

Hiển thị kết quả mỗi trang: 20

Hiển thị 1-1 của 1 kết quả.

☐	Tên chiến dịch	Địa chỉ email	Lần mở đầu tiên	Lần mở sau cùng	Số lần mở	Hành Động
☐	Máy làm sữa chua	minhcoltech@gmail.com	31/08/2011 ,04:35	30/08/2011 ,16:17	3	✖

Thống kê click

Thống kê người nhận click vào những link nào trong email và click bao nhiêu lần.

Thống kê click

Chọn một hành động

Go>>

Hiển thị kết quả mỗi trang: 20

Hiển thị 1-1 của 1 kết quả.

☐	Tên chiến dịch	Địa chỉ email	Link	Lần click đầu tiên	Lần click sau cùng	Số lần click	Hành Động
☐		minhcoltech@gmail.com	http://nhanh.vn	26/08/2011 ,04:29	26/08/2011 ,04:29	1	✖