



**Email là một công cụ giao tiếp.
Khách hàng thấy Bạn qua email**



Thông điệp của Bạn

- ✓ Email là một trong các công cụ giao tiếp. Mục tiêu của việc giao tiếp là hiểu được thông điệp. Các thành viên trong Doanh nghiệp bạn là những người thực hiện các thông điệp này.
- ✓ Email cũng là một trong tiêu chuẩn đánh giá mức độ chuyên nghiệp của Doanh nghiệp thông qua địa chỉ Email, Chữ ký và Nội dung email.

Khách hàng thấy Bạn qua Email. Hãy giúp họ nâng tầm Doanh nghiệp Bạn

➤ **Tuy nhiên làm thế nào để Email giao tiếp hiệu quả?**



Thông điệp của Bạn

✦ Khách hàng hay người nhận Email họ cần thông tin gì trong một email?

✦ Làm thế nào để hạn chế việc cung cấp thiếu thông tin và Khách hàng ít phải mail đi mail lại nhiều lần?

✦ Giảm thời gian cho việc cung cấp/hỏi/trả lời và trong trường hợp không xác nhận kịp thời Bạn có thể bị Khách hàng đánh giá phản hồi chậm hoặc bỏ quên thông tin của họ?



Số liệu thống kê về Email cho thấy

1. 91% khách hàng kiểm tra email mỗi ngày. (nguồn Exact Target).

48% email được mở trên thiết bị di động (nguồn Litmus)

4. 66% người tiêu dùng đã mua hàng trực tuyến nhờ tác động của thông điệp email marketing.

(nguồn Direct MA).

2. Tính đến năm 2013 thế giới có 3,6 tỉ tài khoản email và tăng lên hơn 4,3 tỉ tài khoản vào cuối năm 2016.

(nguồn Radicati)

5. Khi nói đến tại sao khách hàng biết đến sản phẩm, và quyết định mua thì đa số thông qua email marketing (66%)

(nguồn DMA)

3. 74% khách hàng thích nhận được những giao tiếp thương mại thông qua email.

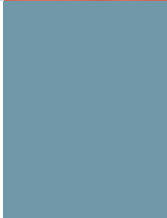
(nguồn Merkle).

6. 72% người thích nhận nội dung quảng cáo qua email, trong khi chỉ có 17% người thích nhận thông tin qua các mạng xã hội. (nguồn MarketingSherpa)



Quy tắc 5W2H

- Với số liệu thống kê trên, chúng ta không có lý do gì để không thay đổi và 'bỏ túi' quy tắc đơn giản, dễ nhớ ngoài những lưu ý về: Cấu trúc nội dung, cách sử dụng từ ngữ, cách trình bày. **Đó là quy tắc 5W2H**



Quy tắc 5W2H

Why (Tại sao)

Là câu hỏi quan trọng nhất quyết định bạn có nên làm hay không? Hãy suy nghĩ thật kỹ lý do Bạn gửi email này nhằm mục đích gì?

Where (Ở đâu)

Bạn sẽ thực hiện công việc ở đâu ?

What (Cái gì)

Nội dung email Bạn cần đề cập đến là gì? Có gì? cái gì có liên quan? Là câu hỏi đầu tiên để xác định Bạn cần đặt được mục tiêu gì trong Email này cung cấp/phản hồi/xác nhận/trả lời thông tin...?

When (Khi nào)

Là khoảng thời gian, mốc thời gian khi nào bắt đầu? khi nào kết thúc? hay khi nào làm bước tiếp theo. Khi Bạn đề cập đến thông tin này, người nhận sẽ thấy rõ ràng, có kế hoạch và có tính cam kết.

Who (Ai)

Bạn cần xác định: Đối tượng Bạn cần gửi là ai để hiểu được người nhận email đó cần thông tin gì từ Bạn? hãy đặt Bạn vào vị trí Khách hàng để hiểu nếu là Bạn thì Bạn cần thông tin gì?

How (Như thế nào)

Bạn sẽ thực hiện như thế nào? hoặc người nhận cần phải làm gì với thông tin này? định hướng và giúp người nhận biết được mình cần phải làm gì đối với thông tin bạn cung cấp.

How much (Bao nhiêu)

Bạn hoặc người nhận email cần bao nhiêu nguồn lực để thực hiện: nhân sự, thời gian, tài chính





5W2H

IT CARE
power within reach

*Bạn hãy áp dụng quy tắc này và tin Chúng tôi bởi
kết quả và hiệu quả đã được kiểm chứng!*



Nếu Bạn có câu hỏi nào hoặc thông tin của chúng tôi có
hữu ích vui lòng liên hệ ngay với Chúng tôi để được Tư
vấn miễn phí hoặc chia sẻ tới những Bạn có quan tâm

[IT-CARE]

Tel: 0243 5500 902/ 1900 636 502

Hotline: 0912 113 833/ 0932 208 568

E-mail: tuvan@adsose.com

Website: <http://edata.it-care.vn/>

<http://www.it-care.vn>

