

電子報 – Email 資訊被知道

各主題快速連結

一	從 mail 收件夾看出收件邏輯
二	免費及付費 電子報發送工具
三	總結及提醒

說明

在沒有網路的時代，當有訊息要給對方時，僅能透過面對面、紙本 DM、電話、簡訊等方式，而這些方式有 2 個共通點，耗費時間、耗費金錢。

在網路的時代裡，則能夠透過 Email 傳遞大量訊息，並且能夠達到及時、免費、無空間地點等環境限制。因此即便在手機無線網路時代中，Email 仍是商務人士最經常使用的溝通手段之一。

但在這資訊爆炸的環境中，**我要如何讓我的資訊，能夠順利地讓對方收到、閱讀將會是最大關鍵**，若對方收不到或是把它當作垃圾郵件，則將會徒勞無功！

▼人們習慣用 Email 傳遞、接收訊息



常見問題

1. 為什麼要使用 Email，我可以使用其他工具傳遞訊息不是嗎？

1. 相較於發紙本 DM、面對面，Email 沒有空間問題，不用舟車勞頓面對面，省下大量時間、金錢。
2. 相較於電話，Email 沒有時間問題，即使對方不在、在忙也沒關係，晚點在看即可。
3. 相較於簡訊，Email 能夠傳遞更完整訊息給對方，包含文字、圖片、影片。
4. 相較於 LINE，Email 能夠 1 對多傳遞訊息，並且較沒有需要即時回覆的壓力。

使用 Email 的好處多多，並且人們也習慣使用 Email，好工具不用嗎？

[策略]：根據狀況各工具都要使用，並不是僅使用其中一項，Email 只是最佳傳遞工具之一而已。

2. 為什麼我寄給對方訊息，他總是會收不到或不清楚呢？

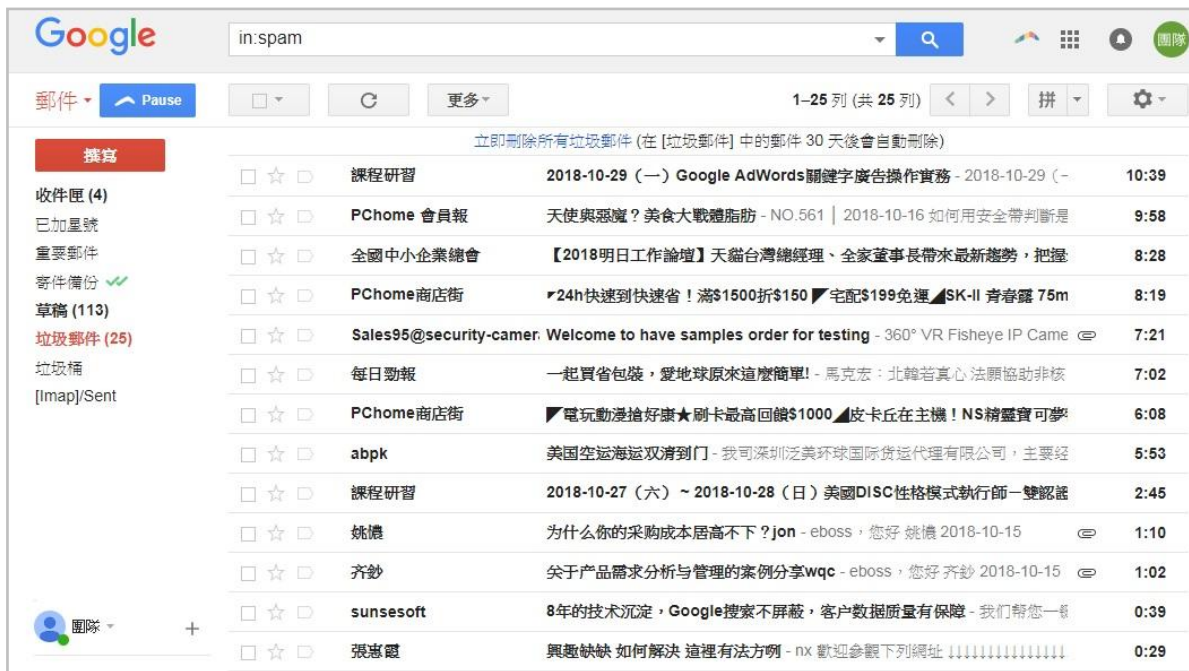
可能的原因有很多，例如：

1. 寄錯信箱，輸入信箱時，只要輸入錯任何 1 個字就會收不到。
2. 信件遭到阻擋，各信箱有自己擋信機制，只要符合擋信條件，信件即寄不到。
3. 信件被歸為垃圾郵件，同樣地各個信箱有自己的垃圾郵件機制，只要符合垃圾郵件條件，信件即被歸到垃圾郵件。
4. 對方收到但把它刪除，通常發生的原因在信件主旨或寄件人不明確的關係。
5. 對方收到但不願意看，通常是對於信件議題沒興趣或內容太過雜亂、冗長。

那要如何讓您的資訊容易被瀏覽呢？

[策略]：讓對方清楚明白知道你是誰、有甚麼事情，利用文字、圖片有條理表達。

▼每天可能有超過一半的信件直接被過濾掉或跑到垃圾郵件



3. 我的產業屬性是生產 / 製造 / 貿易 / 批發 / 線上目錄，
沒有做零售 / 線上買賣，也需要 Email ？

肯定的!因為人們習慣使用 Email，手機裡面也一定有 Email 功能。若您是做貿易
跨國跨境，更加要利用 Email，幫助您無遠弗屆傳遞資訊，比您的同行更勝一籌!

以下將教您，針對信箱收信的邏輯 及 免費電子報發送工具使用技巧 喔!

從 mail 收件夾看出收件邏輯

1. 當我們進入信箱到收件夾後，關於信件呈現的訊息將會有：

- [1] 寄件人：寄件者的名稱。
- [2] 主旨：信件的標題。
- [3] 內容：信件的內容。
- [4] 時間：收到信件的時間。

由於每天收到的信件很多，人們會從這些資訊來過濾信件，其中寄件人名稱及主旨尤其重要，將會直接影響對方要不要讀該封信件。

▼基本上不論您是用哪一種信箱，都會看到四種資訊



(下一頁還有喔)



2. 影響客戶開信的因素

[1]寄件人

也就是這封信是「誰」寄的，非常重要！會直接影響對方要不要開信看內容。

舉個例：

- ▶ 假設您收到一封「台北市政府」寄給您的信件，相信您會打開信件看看內容。
因為寄件人具權威性，會讓人認為這封信是重要的。
- ▶ 假設您收到一封「老客戶」寄給您的信件，相信您會打開信件看看內容。
因為您認識對方，會想知道對方有甚麼事情。
- ▶ 假設您收到一封「pchome 購物」寄給您的信件，您可能會直接略過不看。
因為您認為是廣告信，不需要也不會去看。
- ▶ 假設您收到一封「不具名」or「看不出是誰」寄給您的信件，您可能會看也可能不看。
因為不認識對方或從名字看不出是誰，可能會再看一下信件標題再決定要不要看。

※ **小技巧**，根據不同目的，可使用不同信箱，讓對方能夠清楚明白知道是你寄給她的信，例如：

服務老客戶用公司信箱，寄件人名稱為 富民木業有限公司

開發新客戶用另一個信箱，寄件人名稱為 裝潢建材批發大王

[2]主旨

也就是信件的標題，非常重要！會直接影響對方要不要開信看內容。

由於每天都會收到一堆信件，人們會根據信件主旨判斷該封信件重不重要，重要的信件才會打開來看，因此建議必須思索一下，**如何用簡短的 10 幾個字**，表達出您要給對方的訊息。

[3]內容

讓對方知道你是誰、有甚麼事情，前面兩關過了才會來到信件內容，而內容會影響對方要不要採取行動。

例如：

收到台北市政府信件，看完內容得知對方邀請參與某個政府舉辦的活動，將根據公司狀況及活動類型、規模決定參與與否。

建議您的信件內容必須包含文字及少量圖片，並且段落分明，讓對方易於瀏覽。

[4]時間

收到信件的時間，一般來說人們會優先看最新的訊息。

每天會收到許多信件，而最新的信件會擺在最前面，第一時間將被瀏覽看到。

這意味著寄出的信件，能不能夠馬上被對方看到，若不能、被埋在信件堆裡面，可能連被過濾的機會都沒有，就這樣被遺忘了。

建議您要思索一下**對方可能會看信的時間**。

※ **小技巧**，根據統計，一般來說非線上購物型、一般資訊傳遞，會建議在白天時間上午 10~12 點，下午 2~4 點，較容易被讀取。

若您是線上購物型，則會建議在晚上時間 8~10 點發送訊息。

[5]隱藏元素 – 評分

由於人們習慣使用 Email 傳遞訊息，而 Email 又很容易取得，淪為許多廣告業者濫發的工具之一，信箱評分則能夠遏止這樣的行為。

當收到垃圾信件時，可以透過「檢舉」或「回報」的方式讓對方信箱評分降低。

若該信箱評分過低，則由該信箱所寄出的信件，容易被歸為垃圾郵件或被阻擋掉。

從以上說明做個總結

若要讓對方容易看到我寄給他的訊息，並且重視、最好還能配合我，則必須要在

1. 對的時間寄給他
2. 讓對方重視的寄件人及主旨
3. 文情並茂的內容，促使對方照我的方式走並且要馬上行動

至於要寄給誰？陌生客戶開發

可參考 虛擬育成中心 >> (左側選單)線上學習行銷課 >> D-01~03 項說明

以及 虛擬育成中心 >> (左側選單)行銷策略課 >> 四、開發客戶名單/辦空中商展

至於內容要怎麼寫

可參考 虛擬育成中心 >> (左側選單)線上學習行銷課 >> D-06 1~4 項說明

那我怎麼會知道對方到底有沒有開信看內容呢？

這時候可以透過一些專門的發信軟體，可以得知對方詳細的點擊狀況喔！像是開信時間、開過幾次信、點擊過內容的哪些連結...等

不能夠瞎猜，必需能夠得知寄出信件的狀況，才能夠有效規劃下一步驟喔！

以下將提供給您免費及付費 不錯用的發信軟體工具。

二

免費及付費 電子報發送工具

從上述說明已經知道

1. 寄件者、主旨、內容、寄信時間，會影響對方會不會收到信件及開信。
2. 必須避免信件被歸為垃圾郵件，否則訊息傳遞不到徒勞無功。

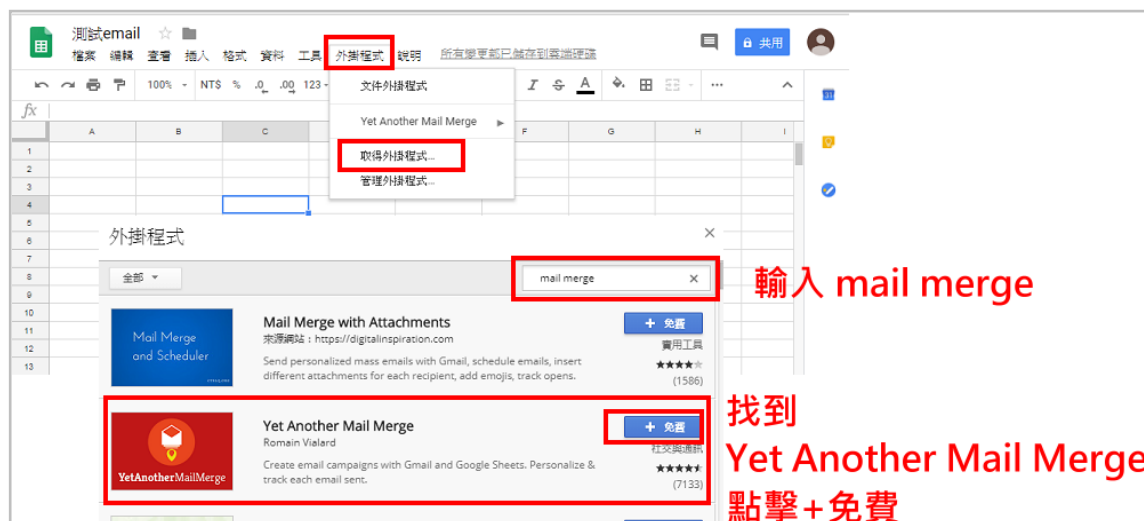
而信件會被歸為垃圾郵件的原因有很多，其中一項主因在於「**短時間 大量發送 相同內容信件**」，若使用一般的信箱發信，會很難能夠去避免，這也是為什麼要使用專門的發信軟體工具的原因之一，利用發信工具可設發信排程、客製內容喔！

1. 免費 Google Gmail 外掛工具「Yet Another Mail Merge」

步驟 1. 來到 Google 雲端硬碟，新增 Google 試算表 (excel)



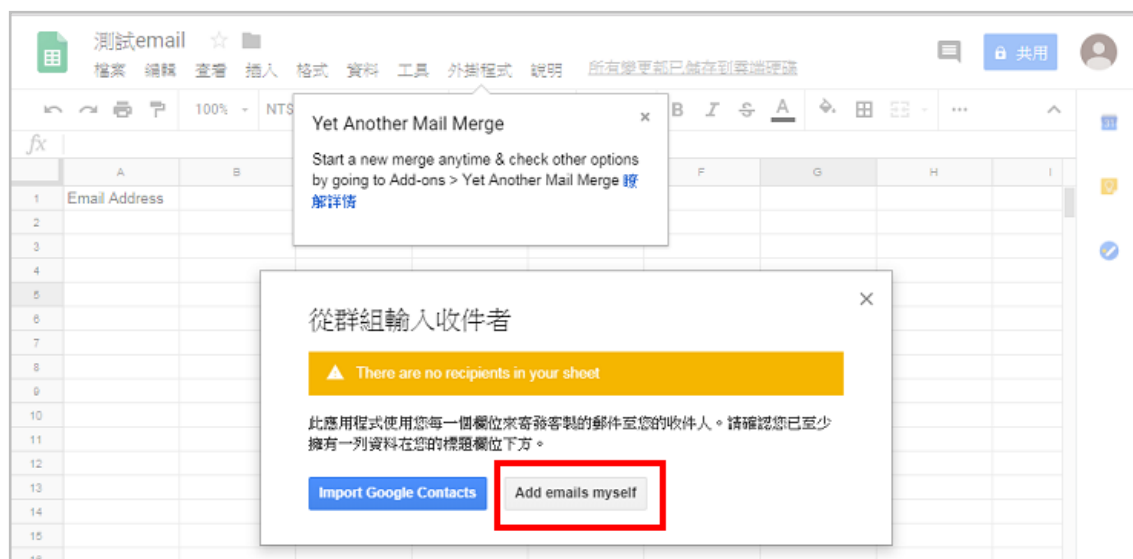
步驟 2. 點擊外掛程式 >> 取得外掛程式，在搜尋框中輸入 mail merge (如下圖)



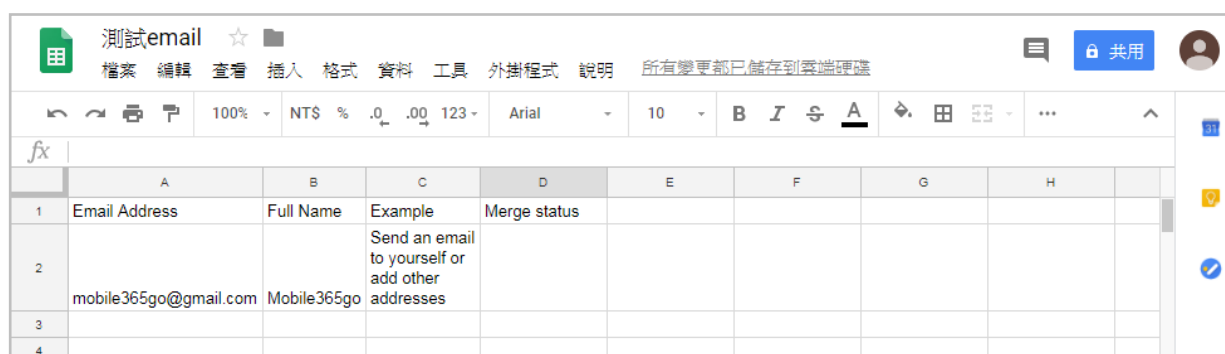
步驟 3. 拉至最下方允許存取



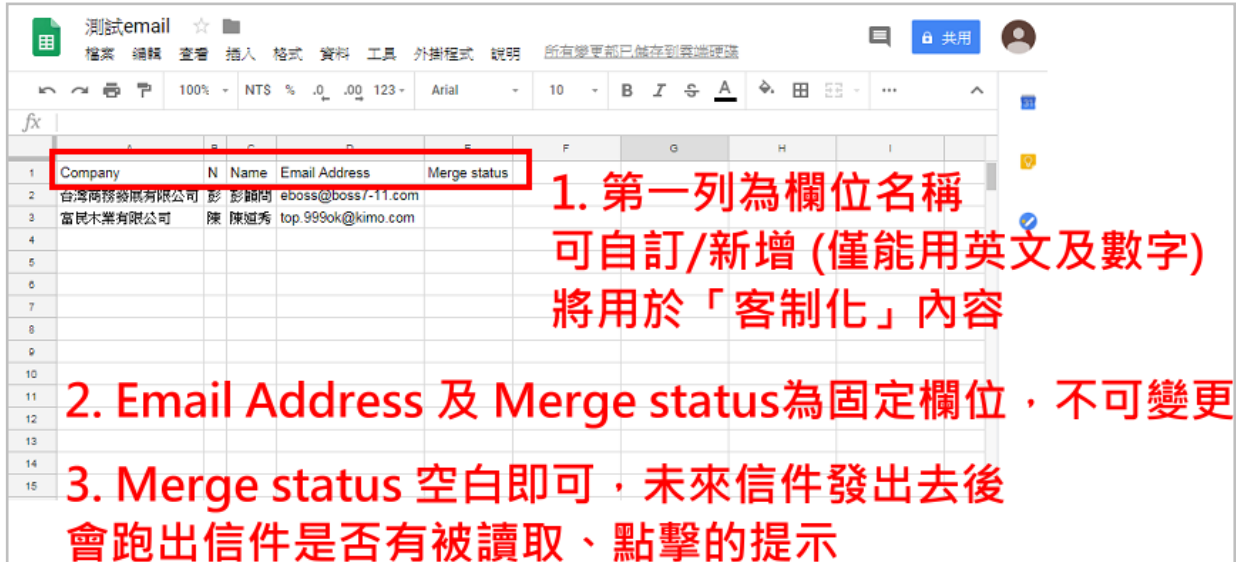
步驟 4. 回到試算表會看到新訊息，選 Add emails myself



步驟 5. 會看到系統自動抓取自己的信件資料及提示



步驟 6. 先調整一下欄位名稱，再把您的客戶名單貼到裡面



The screenshot shows an Excel spreadsheet with the following table:

Company	Name	Email Address	Merge status
台灣商務發展有限公司	彭 彭蘭蘭	eboss@boss7-11.com	
富民木業有限公司	陳 陳姐秀	top.999ok@kimo.com	

Red annotations and instructions:

- 1. 第一列為欄位名稱 可自訂/新增 (僅能用英文及數字) 將用於「客制化」內容
- 2. Email Address 及 Merge status 為固定欄位，不可變更
- 3. Merge status 空白即可，未來信件發出去後 會跑出信件是否有被讀取、點擊的提示

步驟 7. 名單資料準備好後，到 Gmail 處理信件文案，並將想要客制內容參數打上去



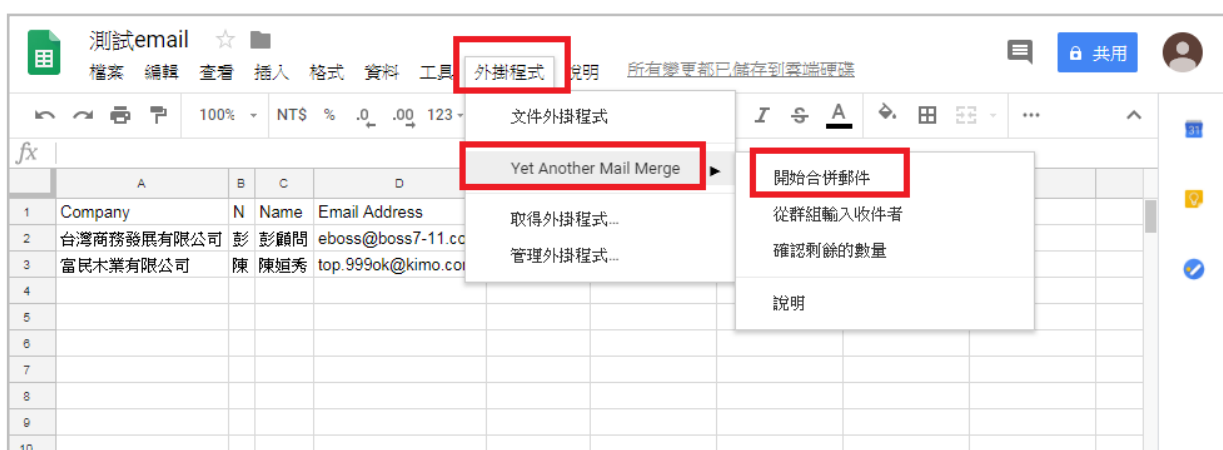
The screenshot shows the Gmail compose screen for an email titled "10月私房獨享包特別輔導". The email body contains promotional text and images. Red annotations and arrows indicate the use of merge tags:

- 參數對應，使用左右括弧 (Parameter correspondence, use left and right brackets)
- Dear 廠商 <<Company>> <<N>> 親您好:

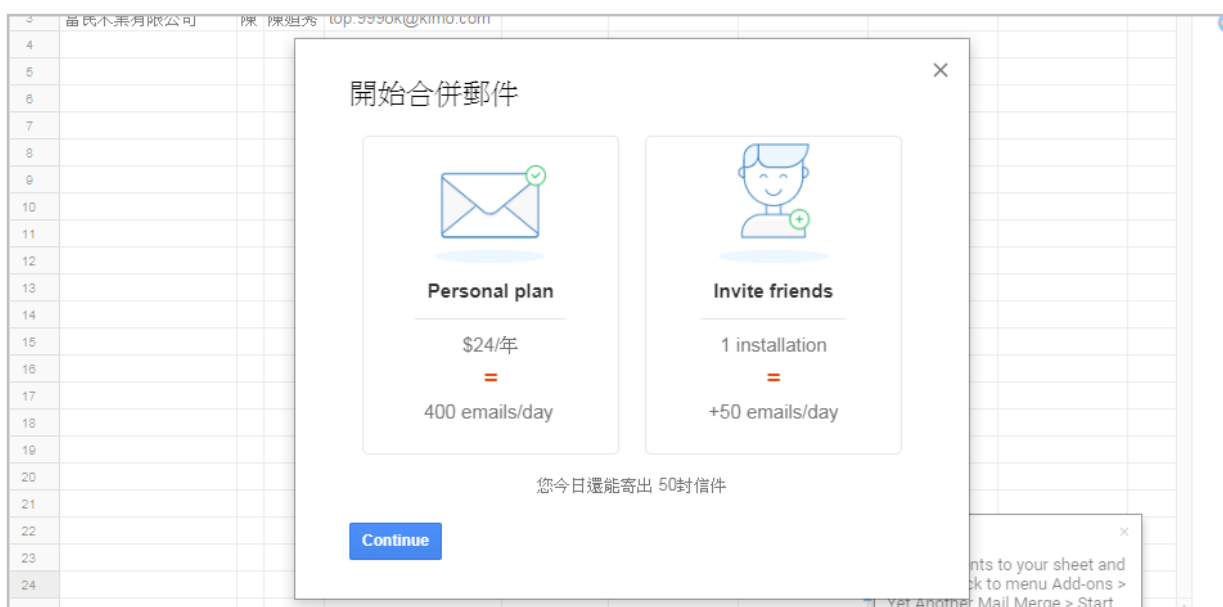
Below the Gmail screen, the Excel spreadsheet from step 6 is shown again, with red arrows pointing from the "Company" and "Merge status" columns to the corresponding merge tags in the Gmail email body.

▲ Gmail
▼ 試算表

步驟 8. 信件準備好之後，回到試算表名單資料，就可以開始寄信囉！
點擊外掛程式 >> Yet Another Mail Merge >> 開始合併郵件



步驟 9. 會看到今日還能寄出使用的信件封數，點擊 continue



步驟 10. 可自訂寄件者名稱，接著選擇做好的信件內容，寄出前可先寄給自己測試看看，也可選擇延後寄出，自行設定寄出的時間點喔！

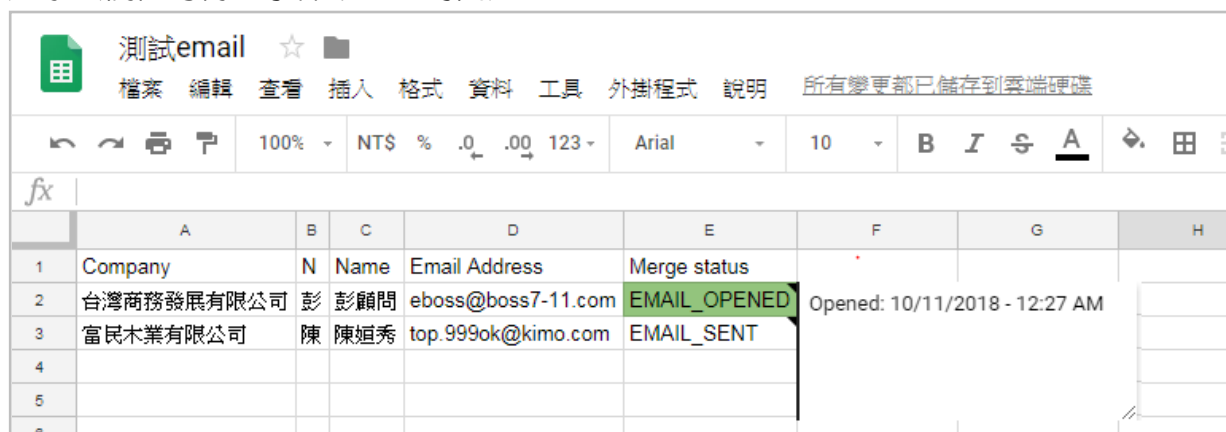


步驟 11. 信件寄出後，Merge status 欄位底下的內容

會先變成 Email_SENT，表示 Email 已寄出

- 後續若為 Email_OPENED，表示信件已被打開。
- 後續若為 EMAIL_CLICKED，表示信件已被打開，且對方有點擊信件裡面的連結。
- 後續若為 EMAIL_RESPONSE，表示信件已被打開，且對方有回信給您。
- 後續若為 BOUNCED，表示該信件寄不到對方信箱。

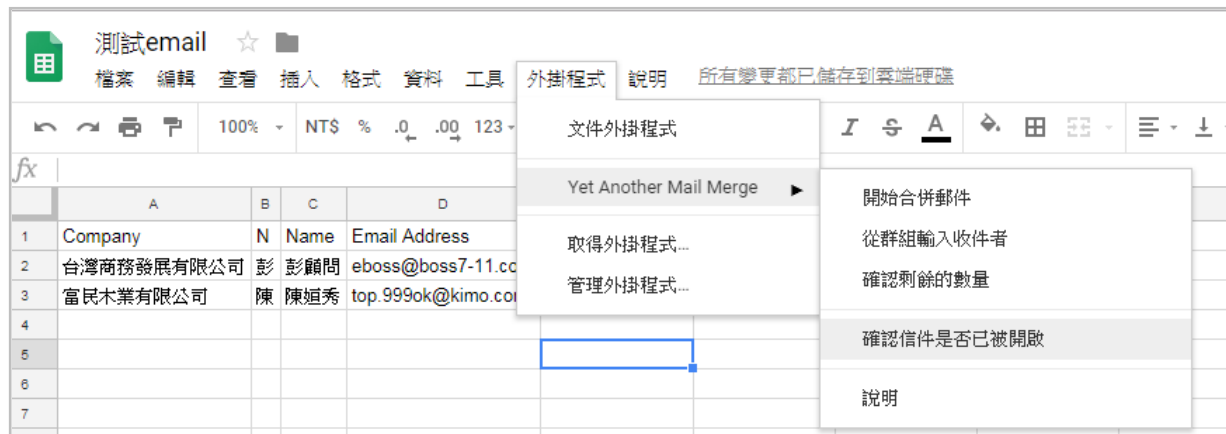
點擊該欄位可得知事件發生的時間點喔！



	A	B	C	D	E	F	G	H
1	Company	N	Name	Email Address	Merge status			
2	台灣商務發展有限公司	彭	彭顧問	eboss@boss7-11.com	EMAIL_OPENED	Opened: 10/11/2018 - 12:27 AM		
3	富民木業有限公司	陳	陳姮秀	top.999ok@kimo.com	EMAIL_SENT			
4								
5								
6								

步驟 12. 後續可點擊 外掛程式 >> Yet Another Mail Merge >> 確認信件是否已被開啓，看到整體的信件寄出、開信狀況喔！

後續也就能利用該數據，來判斷此次的信件是否有效傳達，進而處理下一步要怎麼做囉！



The screenshot shows a software interface with a spreadsheet on the left and a 'Tracking Report' panel on the right. The spreadsheet has columns for Company, Name, Email Address, and Merge status. The tracking report shows '1 emails sent' and various engagement metrics.

	A	B	C	D	E	F
1	Company	N	Name	Email Address	Merge status	
2	台灣商務發展有限公司	彭	彭顧問	eboss@boss7-11.com	EMAIL_OPENED	
3	富民木業有限公司	陳	陳煥秀	top.999ok@kimo.com	EMAIL_SENT	
4						
5						
6						
7						
8						
9						
10						
11						
12						
13						
14						
15						
16						
17						
18						

Tracking Report
1 emails sent

- 已開信 ⓘ (1 emails) 100%
- 已點擊 ⓘ 0
- 已回應 ⓘ 0
- 跳出率 ⓘ 0
- 取消追蹤 ⓘ 0

[管理取消追蹤清單](#)

詳細的操作細節，可自行上網搜尋「Yet Another Mail Merge」，有蠻多網友分享的教學或者您也可以[點我參考數位時代的操作說明喔!](#)

2. 使用付費電子報軟體工具

付費的功能當然會比免費的多囉! 諸如像是名單管理、匯入匯出、多帳號管理、分析報表... 等，您只要自行上網搜尋「電子報軟體工具」就會出現許多電子報發送軟體，基本上提供的服務功能都大同小異，您可從中選擇適合您的工具即可。

[或者您也可以使用輔導資源 - BizEDM \(點我進行申請即可!\)](#)

優點在於功能強大、費用低之外，重要的是還有人可以電話/email 諮詢!

註：操作諮詢對象是該軟體的開發者，不是輔導單位這邊喔!

(詳細說明請看下一頁)

▼BizEDM 重要功能介紹及費用說明



BizEDM WWS IDC 數據服務 Hosting Service

商機無限電子報行銷

靈活運用市場行銷，掌握關鍵數據，創造高價值的郵件行銷

- ✓ 精準行銷
- ✓ 輕鬆操作
- ✓ 靈活運用
- ✓ 小額成本

可開發客戶、服務舊客戶、公司內容管理通知

WIS 長期觀察市場脈動發現，目前企業行銷手法，除了網路廣告投放、媒體刊物宣傳外，電子郵件更是不可或缺的重要宣傳管道，運用小額的行銷投資，將企業所期望曝光的資訊透過電子報完整呈現，做最大化的資訊傳遞。然而電子報的運用不僅僅止於行銷推廣，隨著大數據時代來臨，有價值性的數據分析更成為企業成功的關鍵所在，善用數據資料庫與各種數據報表，讓海量資料協助企業進行產品績效、年度發展、或是各種方案計畫的規劃及評估，作為企業發展的重要指標。BizEDM 創新式電子報，提供用戶輕鬆好操作的發信平台，以最直覺性的操作，減少民眾使用的人力成本，快速編輯馬上發送，帶動商務營運高效成長。

系統強大功能說明

- ✓ 01. 系統無須安裝 (上網即可運用)
- ✓ 02. 批量郵件發送可各別 [客製化行銷]
指名道姓功能，如：公司名、單位名、收件人名
- ✓ 03. 可設定 [時間排程] 發送
系統執行時，可設定通知
- ✓ 04. 可設 [開信通知] (mail通知)
- ✓ 05. 多功能名單管理系統
 1. 匯入、匯出
 2. 群組管理
 3. 設定
 4. 批量匯入名單，可比對 [過濾重覆名單]
 5. 手動過濾名單系統
- ✓ 06. 多功帳號管理系統
 1. 可開設多個使用帳號，因應 [已成交/未成交] 客戶分門別類
 2. 可設定多帳號使用功能
- ✓ 07. [發送記錄] 報表功能
分析郵件發送情況：系統會記錄 [已收到/未收到/發送失敗] 並列出明細資料，後續補發處理
- ✓ 08. 可設定“取消訂閱”連結功能
- ✓ 09. 行銷功能 [未成交 / 已成交]
 1. 可寄送 [空中商展邀請函]
 2. 可寄送問卷
 3. 可寄送折價卷
 4. 贈送 [紅利積點](或積分)

透過輔導
才能拿到的
特別優惠資源



輔導禮遇價 兩種方案可任選 ★★

1 10,000封 加送 2,000封=12,000封 只需3,000元

2 35,000封 加送 3,000封=38,000封 只需5,900元

三

總結及提醒

基本上信件只要在對的時間發送、清楚明白地告訴對方我是誰、有甚麼事情，要使對方開信來看應該不是難事，重點還是會在於信件內容能不能打動對方，促使他趕緊行動！

更多電子報內容思考，可參考虛擬育成中心 >> (左側選單)線上學習行銷課 >> D-06 項

最後，幾點提醒您！

1. 信件被歸為垃圾郵件原因很多，並非是單一因素

像是寄件人名稱、主旨、內容、信箱評分、信箱檔信機制...等，因此在寄信之前，會建議您務必自行用自己的其他信箱測試看看，能不能夠正常收到訊息喔！

2. 為什麼不能夠用一般信箱發信就好，一定要用發信軟體呢？

這要看您的發信目的，若只是一般的客戶諮詢回覆，當然用一般信箱回信即可。

但若是想要開發新客戶，會寄大量郵件，則這個時候就會建議使用發信軟體，可有效排除信件被歸為垃圾郵件問題，節省大量時間，以及方便後續名單管理、數據分析。

畢竟無效最貴，若花點小錢可解決這一堆問題，何樂而不為呢？

3. 訊息發出去都沒有回應，該怎麼辦呢？

開發新客戶是跟陌生對象接觸，我們會建議您必須至少規劃 3 封以上的跟進信件，一次又一次用不同的議題，發給同一個對象，不同的標題內容會吸引不同目光，引誘他上鉤。

切勿只發一次，沒人回應 = 無效 而放棄，若發一次就有人回應，上帝真的保佑你；發一次沒回應，是正常的喔！（尤其是非線上購物類型的廠商）

鼓勵您要有長期耕耘的觀念，例如：

- ▶ 設計四種開發信的主題、版本，如：A、B、C、D，每個版本各四週的內容微調與加強語氣版本
- ▶ 以一個月四週為單位，第一個月的四週寄 A 版本，設定四週四封信的排程，每封的語氣及內容略有差異，例如：還未收到您的回覆，我們急需幫助...
- ▶ 每週一封內容，直到對方有回應為止
- ▶ 發信內容要口語化，彷彿在跟他對話一般親近，不要官方用語、冷感式的說明
- ▶ 關於內容所提到的資訊，要設下鉤子(魚餌)，透過聳動式標語(需要什麼幫助、可以解決什麼問題)引導對方進入您的空中營運部瞭解更多
- ▶ 若持續無回應，則此對象休耕(停止寄信)一個月，第三個月再寄發 B 版本的信件、排程，以此類推



建議您，專注於您該做的事，並持續的做，累積起來效果將極大化，迎來滿意的成果！

祝您生意興隆！