

ASM Mô-đun 5: Email khách hàng tự động

Trong bài học này, bạn sẽ sử dụng hệ thống email của Amazon để tạo sự tương tác của khách hàng thông qua email.

Bài học này bao gồm:

1. Sự tham gia và hỗ trợ của khách hàng
2. Chiến dịch hoặc chuỗi email
3. Các quy tắc quan trọng của Amazon
4. Mục đích của Chiến dịch Email
5. Chọn cấu trúc chiến dịch của bạn
6. Viết email của bạn
7. Mẹo quan trọng
8. ManageByStats (MBS)

1. Sự tham gia và hỗ trợ của khách hàng

Hỗ trợ khách hàng là một trong **những khía cạnh quan trọng nhất của hoạt động kinh doanh trên Amazon của bạn** . Đã bao nhiêu lần cá nhân bạn quay lại cửa hàng vì trải nghiệm quá tích cực? Và bạn đã nói với bạn bè bao nhiêu lần rồi

không mua sắm ở một nơi khác vì trải nghiệm tiêu cực? Điều này cũng xảy ra trực tuyến.

Amazon không thực hiện hỗ trợ khách hàng dễ dàng — chủ yếu, bạn chỉ có thể gửi email cho từng khách hàng khi họ đặt hàng từ bạn.

Tuy nhiên, bạn có thể cải thiện tình trạng này bằng cách sử dụng công cụ hỗ trợ gửi email thông qua hệ thống như ManageByStats (MBS).

Hãy bắt đầu bằng cách tạo các email mà chúng ta sẽ sử dụng với công cụ này.

2. Chiến dịch hoặc chuỗi email

Chiến dịch email là một chuỗi các email bạn gửi cho khách hàng của mình. Bạn tạo chuỗi và sau đó nó được gửi cho khách hàng của bạn vào những thời điểm cụ thể.

Bạn thêm các chuỗi này vào công cụ email MBS, sau đó chọn khung thời gian cụ thể để chúng được gửi đến khách hàng của bạn.

3. Các quy tắc quan trọng của Amazon

Đọc danh sách các quy tắc Amazon mà bạn phải tuân theo khi gửi email:

- **Không quảng cáo chiêu hàng dưới bất kỳ hình thức nào** — chúng chỉ cho phép gửi email chứa thông tin về sản phẩm mà khách hàng đã mua.
- **Không có liên kết** nào đi đến bất kỳ đâu bên ngoài Amazon.
- Bạn có thể thêm tệp đính kèm PDF vào email của mình nhưng các quy tắc tương tự cũng áp dụng cho các tệp đính kèm đó.

- Không sao chép bất kỳ thông báo nào mà Amazon đã gửi (ví dụ: email xác nhận rằng đơn đặt hàng của họ đã được giao).

[Nhấp vào liên kết này để truy cập các quy tắc này](#) . Danh sách các quy tắc của Amazon trông giống như sau:

Changes to program policies

Listed below are upcoming changes to Amazon's program policies.

Clarification to Communication Guidelines

In general, you may contact a buyer who has purchased from you on Amazon only to complete an order or to respond to a customer service inquiry. You may not contact buyers in any way for marketing or promotional purposes, including via email, physical mail, telephone, or otherwise.

If you send a permitted message to a buyer, your message may not include any of the following:

- "[Important]" in subject line when it is not necessary to complete an order
- Marketing or promotional messaging
- Language that either incentivizes or manipulates product reviews or seller feedback
- Language that requests removal or update of an existing product review
- More than one request for a product review or seller feedback
- Links or attachments that are not necessary to complete the order
- A link to opt-out of messaging
- Logos, if they display or link to your website
- Any content that differs from the contact reason you chose on the Contact Buyer page

Note: In any communication you have with buyers (including shipping box inserts), you cannot ask them to leave a positive customer review for your product, or to leave a review only if they had a positive experience with your product. Similarly, you cannot ask only customers who had a positive experience with your product to leave a review. It is also prohibited to offer them any compensation for a review, including money or gift cards, free or discounted products, refunds or reimbursements, or any other future benefits.

Đây không phải là hướng dẫn, chúng là những quy tắc cứng và nhanh — đừng phá vỡ chúng!

4. Mục đích của Chiến dịch Email

Mục đích của các chiến dịch email là thu hút khách hàng của bạn và làm cho họ cảm thấy có giá trị. Khi họ hài lòng với sản phẩm và dịch vụ của bạn

bạn cung cấp cho họ, bạn có thể tránh được những phản hồi và đánh giá tiêu cực — điều đó rất tốt cho doanh nghiệp của bạn.

Khi được thực hiện đúng cách, việc tiếp xúc với khách hàng này mang lại cho sản phẩm và thương hiệu của bạn một **giá trị cảm nhận cao hơn** trong tâm trí khách hàng.

Nó cũng tạo cho khách hàng ấn tượng rằng bạn là một công ty đã thành lập, trái ngược với việc một người duy nhất bán hàng cho họ.

Tất cả những điều này kết hợp để cung cấp cho khách hàng của bạn **dịch vụ khách hàng tuyệt vời**, điều này rất quan trọng đối với sự thành công của bạn. Với dịch vụ khách hàng tuyệt vời này, nhiều khả năng họ sẽ để lại cho bạn **phản hồi về người bán chất lượng** và **đánh giá sản phẩm tuyệt vời**.

5. Chọn cấu trúc chiến dịch của bạn

Nói chung, ít hơn là nhiều hơn khi nói đến chiến dịch email — hãy đảm bảo rằng bạn có lý do chính đáng cho mỗi email bạn gửi. Hãy nhớ rằng **khách hàng** cũng phải nhận thức rằng mọi email bạn gửi cho họ đều chứa đựng thông tin có giá trị.

Tải xuống tệp PDF đính kèm với bài học này để xem ví dụ về các chiến dịch email thu hút khách hàng hiệu quả.

6. Viết email của bạn

Hãy nhớ luôn kiểm tra các chiến dịch của bạn! Không có hai sản phẩm nào giống nhau, vì vậy hãy dành thời gian để khám phá xem chuỗi email nào hoạt động tốt nhất cho sản phẩm nào. **Chúng tôi không khuyên bạn nên gửi nhiều hơn ba email.**

Chúng tôi đã cung cấp cho bạn các mẫu email để giúp bạn bắt đầu, nhưng **điều quan trọng là bạn phải viết chúng bằng giọng nói của mình** — điều này dẫn đến sự nhất quán sau này, nếu bạn liên hệ lại với họ.

Hãy dành thời gian khi viết những email này, vì chúng rất quan trọng trong việc xây dựng mối quan hệ với khách hàng và thiết lập thương hiệu của bạn. Sau một thời gian, bạn sẽ tìm ra trình tự phù hợp nhất với mình.

Một lần nữa, hãy luôn kiểm tra email của bạn! Không chỉ số lượng email, mà cả nội dung.

7. Mẹo quan trọng

- Luôn tuân thủ các quy tắc của Amazon.
- Giữ cho email của bạn ngắn gọn và đi vào trọng tâm — email dạng dài đang trở thành dĩ vãng.
- Không gửi thư chào hàng hoặc khuyến mãi.
- Cung cấp cho khách hàng những nội dung phù hợp với sản phẩm của bạn.
- Viết cho khách hàng của bạn như thể bạn đang viết cho một người bạn.

8. ManageByStats (MBS)

ManageByStats được tạo bởi một thành viên ASM, Philip Jepsen. Nó chứa một số lượng lớn các tính năng, nhưng cái sẽ hữu ích nhất cho bạn lúc này là *Seller Mail* — công cụ này cho phép bạn thêm chuỗi email của mình và để phần còn lại cho công cụ. Bạn sẽ tìm hiểu thêm về cách sử dụng công cụ này trong phần tiếp theo bài học.

