

Fungsi tandatangan unik e-mel sebagai alat pemasaran dalam era digital

PADA Ahad lepas, saya telah diundang oleh Fakulti Ekonomi dan Pemasaran Universiti Putra Malaysia (UPM) untuk menjayakan satu seminar pemasaran digital. Seminar ini untuk para pelajar tahun akhir jurusan ekonomi yang akan tamat pengajian pada tahun depan.

Kumpulan pelajar yang dijemput tidak besar kerana ia tidak dibuka kepada semua pelajar, hanya khusus kepada jurusan ini. Seramai 30 orang pelajar telah hadir ke seminar yang membincangkan topik yang amat jarang dibincangkan di universiti-universiti.

Saya diberi masa selama tiga jam untuk perbincangan kali ini. Sepanjang pengalaman saya bercakap di seminar selama bertahun-tahun, inilah kali pertama saya diperuntukkan masa yang begitu lama. Selalunya masa yang diberikan ialah antara 30 minit hingga dua jam sahaja.

Jadi saya pun menggunakan tempo yang santai, bersahaja dan tidak tergesa-gesa. Dengan tempo ini, para pelajar tersebut mampu bukan sahaja mengambil nota dengan baik, malah mereka juga mempunyai masa yang lama untuk bertanya dan memahami jawapan yang diberikan.

Saya memulakan sesi tersebut dengan menceritakan bagaimana syarikat berjenama Hotmail, menggunakan pemasaran melalui email dengan sebaik mungkin untuk menakluki pasaran dunia. Hotmail merupakan satu syarikat yang menawarkan khidmat e-mel secara *cloud-based* yang bermula hanya dengan dua orang. Selepas hampir 2 tahun ditubuhkan, pemiliknya berjaya menjual syarikat mereka kepada Microsoft dengan nilai yang amat besar.

Taktik pemasaran mereka pada mulanya hanya menggu-



Azleen Abdul Rahim

nakan papan iklan dan iklan di radio. Taktik ini menemui kegagalan besar. Seorang pelabur mereka kemudiannya tampil dan mencadangkan supaya menukar sedikit taktik yang mahal tadi kepada yang lebih murah, dengan menggunakan e-mel. Ia bukan murah, tetapi percuma. Apa yang mereka lakukan ialah, meletakkan ayat ini di setiap email sebagai penutup, *PS: I Love You, Get Your Free Email At Hotmail*. Taktik ini walaupun percuma dan santai, tetapi berkesan. Setahun setengah selepas itu, terdapat 12 juta orang mendaftar sebagai pengguna Hotmail, walaupun pada masa itu pengguna Internet hanya 70 juta.

Para pelajar UPM tadi kelihatan tersenyum mendengar cerita ini dan mula menulis nota. Kini mereka mula nampak yang pemasaran digital tidaklah semahal mana ataupun terlalu kompleks untuk dilakukan. Saya memberitahu mereka, hampir semua syarikat di dunia mempunyai e-mel. Namun tidak ramai yang sedar bahawa tandatangan e-mel mereka itu mampu dijadikan alat yang padu untuk tujuan pemasaran. Sayangnya mereka hanya gunakan tandatangan e-mel untuk meletakkan nama, alamat syarikat dan beberapa informasi lain yang membosankan. Jadi, apakah yang sepatutnya kita masukkan ke dalam tandatangan email kita bagi membantu strategi pemasaran digital syarikat?

■ Letakkan mesej yang ingin disampaikan dengan pendek dan tepat. Seperti Hotmail

yang meletakkan mesej mereka dengan tidak melebihi 10 perkataan, mesej anda juga perlu sedemikian. Pilih ayat-ayat bersesuaian. Ini kerana para pembaca tidak akan ingat ayat-ayat panjang lebar yang tidak bermesej. Letakkan mesej yang anda ingin jual, tetapi bukan dengan ayat-ayat menjual.

■ Tidak mempunyai pautan ke rangkaian media sosial anda. Masih ramai yang tidak menggunakan tandatangan email yang mempunyai pautan keluar ke rangkaian media sosial mereka. Tanpa pautan ini, para pembaca tidak akan tahu yang syarikat anda ada mempunyai Facebook, Twitter mahupun Instagram. Ada juga syarikat yang meletakkan pautan-pautan ini, tetapi apabila pembaca *click*, pautan-pautan itu tidak berfungsi. Atau pun rangkaian media sosial anda masih lagi mempunyai status bulan Disember 2013 yang belum dikemaskini.

■ Tidak sama di antara satu sama lain. Ini masalah yang wujud di syarikat-syarikat besar. Penggunaan tandatangan e-mel yang tidak selari atau sama antara satu sama lain. Mempunyai staf-staf terlebih kreatif yang mempunyai masa dan cara mereka tersendiri dalam mereka bentuk tandatangan e-mel. Apabila ini terjadi, bukan sahaja penjenamaan syarikat akan sedikit terjejas, mesej penjualan syarikat yang ingin disampaikan juga akan terjejas.

Saya harap tandatangan e-mel anda tidak lagi akan dipandang ringan. Ia mampu menjadikan syarikat anda sehebat Hotmail.

PENULIS adalah Ketua Pegawai Pemasaran di NSE, sebuah syarikat pemasaran digital dan media sosial yang berpusat di Kuala Lumpur dan juga pemilik laman blog azleenabdrahim.tumblr.com.