

Published based on [5 Tips Sukses Email Marketing - Part 2](#)

5 Tips Sukses Email Marketing - Part 2

Okay menyambung [tulisan sebelumnya](#), sekarang kita lanjutkan pada point 3 sampai 5 ...

3. HTML atau Plain Text?

Walaupun penting, banyak *email marketer* yang kurang memperhitungkan hal ini. Kebanyakan *autoresponder* memberikan opsi untuk memilih antara HTML atau *plain text*. Hal ini penting karena walaupun internet dan perangkat lunak terus berkembang dengan sangat pesat, masih banyak *email client* yang hanya bisa membaca format *plain text*, sehingga saat *email client* ini menerima pesan dengan format HTML, maka seluruh kode HTML akan ditampilkan. Hal ini membuat email kelihatan tidak profesional, dan lebih parah lagi, email tersebut tidak bisa dibaca manusia. Saran saya, sebaiknya anda memilih format *plain text*, toh kalaupun ingin menampilkan sesuatu yang *fancy* anda dapat mencantumkan tautan pada isi email tersebut.

4. Sudah punya *Opt-In Form*?

Sering saya temukan masih banyak website yang belum mempunyai fasilitas *email opt-in*. Bila anda membaca tulisan ini, dan anda seorang (calon) *webmaster*/blogger, saya ingatkan untuk selalu memasang formulir *email opt-in* pada *website* yang anda buat, meskipun tidak punya apapun untuk dijual pada saat itu. Anda harus mulai membangun *email list*. Lebih cepat lebih baik.

5. Kirim ulang email yang Tidak Dibuka

Nah, kita sampai pada bagian terakhir, dan ini adalah poin yang jarang dibahas dalam bidang *internet marketing*, yaitu menganalisis email yang tidak dibuka oleh penerima. Layanan *autoresponder* yang baik memiliki fasilitas untuk memberikan laporan tentang siapa pada *list* anda yang tidak membuka emailnya. Harus diperhitungkan bahwa meskipun menggunakan *Subject line* yang paling *eye-catching* selalu ada kemungkinan email tersebut terlewatkan, terutama jika sang penerima bergabung dengan banyak *mailing list*, atau mungkin sedang liburan, atau mungkin awalnya hanya iseng saja mendaftarkan emailnya. Coba kirimkan sekali lagi. Banyak *online marketer* yang berpikir untuk *just skip* dan lanjut ke promosi berikutnya. Jangan menyerah dulu, jika email anda tidak dibuka pada kesempatan pertama, coba lagi. Kalaupun anda hanya dapat membuat satu "penjualan" dengan melakukannya, *then it was worth doing*.

Nah, semoga tulisan ini bisa memberi ide tentang apa yang bisa dikerjakan dengan *email marketing*.

You can also find this article published on [5 Tips Sukses Email Marketing - Part 2](#), and on the tag pages [Email Marketing](#), [Internet Business](#), [Internet Marketing](#).