做外贸就离不开邮件营销，在众多的开发信中，如何快迅抓住客户的眼球，这可起到至关重要的作用。据统计，33%的邮件阅读者，仅仅根据邮件的标题就决定了是不是要打开这份邮件。那如何让自己的开发信标题夺人眼球？有哪些注意事项？今天就和大家一起讨论一下。

1.First Thing First: 开发信标题中,使用哪些词汇是好的,哪些词汇是不好的? 为了让客户对我们的邮件进行回复,小伙伴们几乎是想尽了一切办法。我们来看看这些方法究竟好不好,到底要不要用?

(1)有的人为了营造一种已经和客户联系过的假象,会在邮件标题的开头加上RE或FW这样的标识，而事实上在邮件标题中使用RE,或者是FW这样的邮件标识,效果大多是负面的。其实,客户有没有和一个人联系过,大多数人还是会有印象的。对于那些陌生人来冒充熟人的,多数会受到冷遇。所以如果不是熟悉的客户,最好不要使用这样的标识,会招致客户的严重反感。

(2)使用了"引诱"性很强的内容,如:Best Price, Last Chance, 100% Free。     
现在人们的生活中,最苦恼的不是没有信息,而是信息太多.与其使用这些看起来热烈的词汇,不如用一些朴实的,能够体现你独特魅力的词汇。所以应该多挖掘一些可以你的优势同别人区分开的词汇 。

(3)哪些词汇是有效果的,比较好的词汇?   
根据国外权威机构的大量调查,有些词汇也会有积极的作用,如:   
[1] News - 在公司有新的信息/产品/事件的时候,可以考虑使用这样的开头: News: genuine natural wood cellphone shell released.   
[2] Urgent/Breaking/Alert - 如果会定期联系一些客户,那么不妨在邮件标题前面加上Alert:  
- new models are now ready for trail with 20% off.   
[3] Sale - 我们联系的目的就是要销售,不妨简单些: Xxxx Chemicals from Factory Direct Sale.   
[4] Free delivery - 现在越来越多的外贸人开始做阿里巴巴，易贝这些平台，像我们每一个网购时的心情一样，老外也喜欢包邮啊。当然,如果公司实力不错,产品利润也很可观,我们也可以和货代合作,推出Free Shipping的服务,对很多客户来说,这也是一大亮点.。   
[5] Video - 有的公司会有一些让客户参考的视频,不妨通知客户: Operation Video for SC-II drilling machine.   
[6] Daily - 对于具有时效性的消息,可以在前面加上时间信息,如Daily, Weekly, Monthly。   
[7] Don't Miss - 公司要参加展会?这些情况下,用Events为开发信提供素材,也是不错的主意: Don't Miss Our Special Offer for India Importers.   
[8] First Name Last Name - 据统计在邮件标题中使用收件人的姓名,会将打开率提高13%,因为大部分情况下,人们愿意打开那些看起来言之有物的邮件。  
上面的词汇,都是在调查了大量样本的基础上,总结出来的。各行各业不同,类似的词汇也在不断变化,我们要根据自己的实际情况,不断搜集整理那些对你的客户来说,"有趣,有用,有利"的词汇,保证客户会看到标题之后就有打开的欲望和动机。   
  
2.你的邮件标题中,是否使用了特殊的格式,让人不便于记忆和搜索?  
(1) Memorable,就是使用便于记忆的标题，这样客户才会在需要搜索的时候,能够方便地找到一个关键词进行搜索。这往往也意味着你的邮件标题要有足够的特色。   
(2) Searchable,就是邮件标题中不要包含过多的杂乱的格式,以至于影响搜索,如: 单词全部大写了?标题中使用了很多标点符号?这些会为客户搜索造成困难的内容,最好避免使用.让你的标题看起来简洁,直接,友好。   
3.你的邮件是什么时候发送出去的?发送频率是怎样的?   
统计显示,82%的人在上午09:00-10:00, 上午15:00-16:00通过电脑或者是手机打开邮件。只有自己在发送开发信的时候留个心思,根据你客户的时区,使用小满邮箱的定时发送功能，尽量在客户的工作时间发送开发信，不同国家的客户,分开时间段发送。这样一来可以分散开邮件服务器的压力,同时也能增加邮件被打开的几率。

