

MAG-ISIP NANG LOCAL | MAMILI NANG LOCAL



SURREY
STRONG

Alamin kung ano ang campaign ng **SurreyStrong** at kung paano gagawing mas mahusay ang iyong social media gamit ang aming

Social Media Toolkit

INIHAHANDOG SA IYO NG

SBOT
SURREY BOARD OF TRADE





Mga Nilalaman

Introduksyon

Ano ang #SurreyStrong? 01

Ang Iyong Campaign Assets

Ipakita mo ang iyong Pride 02

#SurreyStrong Sticker 02

Social Media Templates 02

Nagbibigay-inspirasyon sa Publiko

Promotional Giveaway 03

Digital Learning

Social Media Tips 04

“Aling social media platforms ang dapat kong gamitin?” 04

Instagram 04

Facebook 05

Twitter 05

Tiktok 05

YouTube 06

Pinterest 06

LinkedIn 07

Email Tips 07

Paggamit ng email marketing para itayo at magbigay-benepisyo sa iyong maliit na negosyo 07

“Akala Ko Wala Nang Gumagamit ng Email Marketing” 08

“Saan ba ako magsisimula?” 08

“Ano ba ang ibig sabihin ng segmenting?” 08

“Ano ang susunod kong gagawin?” 09

“Oras na Na-Send Ko Na Ito, Tapos Na Ako...’di ba?” 09

Lima sa pinaka-karaniwang email performance metrics 10

Konklusyon

Gumawa ng pagkakaiba 11



INTRODUKSYON

Ano ang #SurreyStrong

Ito'y isang inisyatibo upang hikayatin ang publiko na mamili nang local at suportahan ang isa't-isa. Matapos ang mahigit na 2 taon ng pandemya, ang mga may-ari ng negosyo at ang consumers ay pagod na, burned out, at hopeless ang pakiramdam.

Ang campaign na ito ay gagamitin upang buhayin ang pride at pagtitiyaga sa magandang lungsod na ito, at mag-inspire ng isang **'village mentality'** para sa lahat ng mga may-ari ng negosyo at ng consumers sa Surrey, nang manatili tayong malakas at nang matulungan natin ang ating lungsod na makaahon sa mga kasalukuyang pagsusubok at mga hindi plinanong setbacks na hinaharap nating lahat. Mas mahusay tayo kapag tayo'y nagsama-sama.

Pinagtitibay ito ng badge na #SurreyStrong. Kapag nakita mo ang #SurreyStrong **sticker** sa isang storefront o ang **#hashtag** na ito sa social media feed ng isang tao, ito'y paalala na kasama mo sila. Ang #SurreyStrong community ay isang ligtas na lugar kung saan itinatabi natin ang ating mga pagkakaiba, kung saan inaalagaan natin ang ating mga kapitbahay, at kung saan tayo'y nagtutulungan upang maging SurreyStrong.

Malakas ang hashtags.

Kapag strategic na ginamit ang **hashtags**, ito'y makapagbibigay sa iyo ng maraming benefits sa social media. Sila'y magagamit upang ipakita ang iyong content sa mas malaking audience, upang makilala ang iyong brand, at upang mag-target ng isang talagang ispesipikong grupo ng mga tao, at i-boost ang iyong SEO. Ang **#SurreyStrong** ay gagamitin upang maipahayag ang sense of community sa social feeds sa buong Surrey. Ibabahagi ng Surrey Board of Trade ang mga istorya ng local business owners at ang kanilang mga naging success sa mga nakaraang taon; bibigyang-diin din nito ang kahalagahan ng patuloy na pag-shop nang local.

Sumali sa #SurreyStrong. Madali itong gawin.

1. Mag-request ng isang #SurreyStrong sticker at ipaskil ito sa iyong store at/o i-download ang digital version at ilagay ito sa footer ng iyong website
2. I-download ang aming Launch Post image at Social Media Templates upang i-overlay sa iyong post images at hayaang malaman ng iyong followers na magkasama kayong #SurreyStrong
3. Opsyonal: Sumali sa Surrey Board of Trade #SurreyStrong Giveaway upang paramihin ang iyong followers at i-boost ang iyong engagement



ANG IYONG CAMPAIGN ASSETS

Ipakita mo ang iyong Pride



#SurreyStrong Sticker

Mag-display ng isang branded sticker sa iyong mga bintana at website nang lumikha ng awareness at pride sa iyong mga customer.

Para sa shop windows

Mag-email sa info@businessinsurrey.ca upang i-order ang iyong #SurreyStrong stickers
*Available din sa Chinese, Tagalog, at Punjabi.
Kung nais mo ay maaaring kang mag-request ng ispesipikong bersiyon sa wikang gusto mo.

Digital version para sa websites

I-download ang digital version ng #SurreyStrong sticker dito at ilagay ito sa footer ng iyong ecommerce website kung ito'y maaaring gawin. [I-download ito dito.](#)

Social Media Templates

Kami ay proud members ng Surrey community at nais naming malaman ng lahat na sama-sama tayong #SurreyStrong. Ang Digital Toolkit ay may **Launch Post image** at **12 Social Media templates** na mailalagay bilang overlay sa ibabaw ng images o Stories gamit ang Canva app o alinmang photo editing app na mas gusto mo. Mag-post ng image o Story gamit ang aming curated social media templates at ang #SurreyStrong upang sumali sa community. Ang #SurreyStrong hashtag ay magiging mahusay na paraan upang i-promote ang iyong negosyo, mga produkto, o mga serbisyo.

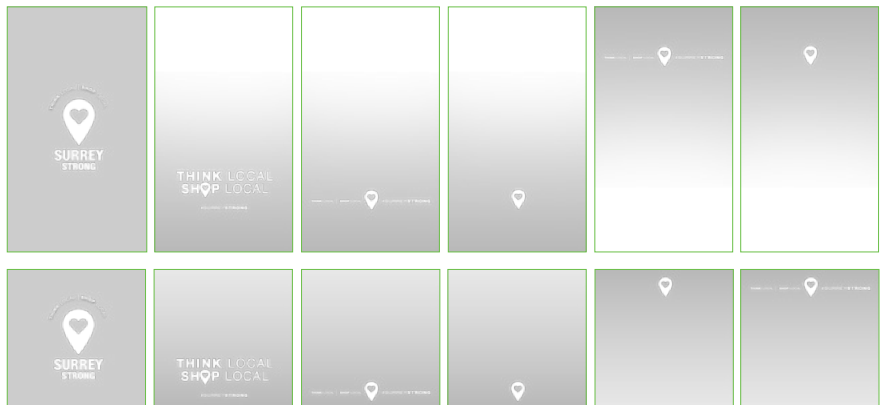
I-download ang Social Media templates [dito](#).

Panoorin [dito](#) kung gaano kadali gamitin ang Canva upang gawin ang mga simpleng post.

Launch Post image



Template Overlays



PAUNAWA: Siguraduhing **i-post muna ang Launch Post image** kasama ng sumusunod na caption. Pagkatapos noon, maaari mong i-post ang iyong normal na post images gamit ang nakalaang template overlays upang dagdagan ang awareness at ma-inspire ang iyong followers na maging SurreyStrong.

Tayo ay **Surrey Strong**. Mas mahusay tayo kapag tayo'y nagsama-sama. Kapag inaalagaan natin ang ating mga kapitbahay at sinusuportahan natin ang local business, panalo tayong lahat. Para sa karagdagang impormasyon, magpunta sa @sboft.



NAGBIBIGAY-INSPIRASYON SA PUBLIKO

Promotional Giveaway

Iniiimbita namin ang mga negosyo sa Surrey na maging bahagi ng aming 4-week Instagram giveaway na magsisimula sa Abril. Ang social media giveaways ay isang powerful tool na makakatulong sa marketing dahil ito'y nakaka-engganyo, nagtatatag ng brand awareness, at gagawa ito ng buzz para sa iyong negosyo.

Ang premyo ay bubuuin ng **mga produkto mula sa local businesses**. Ang Surrey Board of Trade ay magco-contribute din ng isang **\$500 gift card**. Kung gusto mong mag-contribute sa giveaway, mangyaring magpadala ng email sa info@businessinsurrey.ca (deadline: Marso 11, 2022) at sabihin kung ano ang gusto mong ibigay para sa giveaway; maaari namin itong pa-pickup.

Ang lahat ng businesses na magbibigay ng items para sa giveaway ay babanggitin/tagged sa giveaway post bilang mga kalahok.

Halimbawa ng Giveaway post

Run dates: Abril 1 - Mayo 2

📣 🌳 #SURREYSTRONG CONTEST ALERT 🌳 📣

Nag-team up kami sa ilang napakagandang local businesses upang regaluhan ka ng the best na #SurreyStrong package.

ANG PRIZE

- \$500 Gift card mula sa @sboft
- Ang bawat item ay ililista at naka-tag ang nagpa-partner na negosyo.

PAANO SUMALI

1. I-follow ang bawat kalahok na negosyo sa itaas
2. I-like ang post na ito
3. Mag-tag ng 3 friends sa comments sa ibabâ 📌

🌟 **Bonus entry:** Kunan ng picture ang anumang #SurreyStrong sticker na nakikita mo online o sa isang store at i-tag ang @sboft para sa LIMANG entries! Ang contest ay tatakbo nang 4 na linggo at magsasara nang hatinggabi sa Mayo 1; ang winner ay iaanunsyo sa @sboft story sa Mayo 2. Good luck sa lahat ng sasali!

Fine Print

- * Ang contest na ito ay hindi iniisponsoran, iniindorso, o pinamamahalaan ng Instagram.
- ** Ang winner ay diretsong kokontakin ng @sboft account. Ang anumang ibang account ay isang SCAM account at hindi dapat pagkatiwalaan.
- *** Ang lahat ng mga sasali ay dapat residents ng British Columbia, Canada.

#giveaway #surreyboardoftrade #surreystrong #surrey #contest



DIGITAL LEARNING

Social Media Tips

Ang sumusunod na content
ay inihahandog sa iyo ng**blue/meta**

Kung hindi mo pa ginagamit ang social media bilang isang paraan upang palakihin ang iyong business, mayroon kaming ilang impormasyon na makakatulong sa iyo na magsimula. At kung ito'y ginagamit mo, sana'y makatulong ito sa iyo na pahusayin ang mga resulta ng iyong pagsisikap.

“Aling social media platforms ang dapat kong gamitin?”

Kadalasang may mabuti at masamâ sa social media para sa mga maliliit na negosyo. Maaari nitong ma-expose ang iyong negosyo sa iyong buong target audience. Pero dahil napakaraming mga platform na magagamit, mahirap malaman kung alin ang gagamitin. At mahalagang piliin ang platforms na pinakamainam para sa iyong negosyo.

Huwag matakot magsimula sa isa o dalawa lamang. Piliin kung alin ang pinaka-relevant sa iyong negosyo. Tandaan na mas mabuti kung ifo-focus mo ang iyong resources sa kung ano sa palagay mo ang magiging pinakamabisa at makapagbibigay sa iyo ng pinakamabuting resulta. **Eto ang isang quick guide upang malaman mo kung aling platform ang pinakamainam para sa iyong negosyo:**

INSTAGRAM

Ang purely visual platform na ito ay mainam upang ipakita ang iyong brand, ang iyong mga produkto, at kahit na ang iyong mga serbisyo. Ito'y magaling para sa storytelling, at dapat mo ito laging isiping gamitin kung ang iyong focus ay ang magtatag ng brand awareness at/o paramihin ang iyong dedikado at loyal na following.



Kung sa palagay mo'y makikinabang ka mula sa karagdagang activities ng social media influencers – mga táong nagcre-create ng interest at tumutulong na paramihin ang sales gamit ang creative content – dapat mo malaman na napakalaki ang influencer community sa Instagram. Kapag nakipagpartner ka sa mga miyembro ng grupong ito, ang kanilang mga sponsored posts ay magdaragdag ng iyong chance na maabot ang targeted, relevant audiences at makakuha ng bagong customers.

Tulad ng anumang ibang social platform, ang Instagram ay mahusay na lugar upang mag-source ng organic user-generated content (UGC) na nagre-refer sa iyong kompanya, team members, mga ispesipikong produkto, o mga serbisyo. Ang UGC ay tumutukoy sa original content – text, images, videos, at pati na reviews – na ginawa ng mga tao at hindi ng mga brand. Kapag angkop na ginamit ang UGC, ito'y nagtatatag ng trust at loyalty, at ito'y may iba't-ibang applications sa iba't-ibang platforms.

Ang isa sa pinakabagong features na dinagdag sa Instagram ay may kinalaman sa e-commerce, at ito'y nagbubukas ng mga oportunidad para sa mga brand na naka-focus sa pag-convert ng mga audience upang gawin silang customers.



FACEBOOK

Ang Facebook ay isa sa pinaka-kilala at pinaka-ginagamit na social media sites sa lahat ng platforms; ito ang go-to channel of choice para sa maraming brands pagdating sa pag-share ng videos, photos, company updates, team bios, at iba pang content. Tulad ng Instagram, ito’y isang platform kung saan maaaring magtatag ang brands ng awareness, trust, at authenticity.



Dahil matagal nang nasa social media market ang Facebook, patuloy itong nagbabago at inaalok na nito ngayon ang ilan sa pinaka-sophisticated na advertising at marketing tools na magagamit para sa mga negosyo. Tulad din ng Instagram, mayroon itong extensive e-commerce features.

Dapat gamitin ng anumang brand na may presence sa Facebook ang powerful analytic tools ng platform na nagbibigay ng malawak na insight sa profiles ng kanilang followers at customers. Ang ganitong uri ng informed insight ay makakatulong sa paggawa ng messaging at online activities na tumutugma sa followers at customers.

At mayroon pang isang feature na makikita sa Facebook at na hindi makukuha sa ibang social media channels! Mayroon itong napaka-advanced na iba’t-ibang community forums tulad ng Facebook Groups, Messenger Rooms, at Live Events. Ang bawat isa sa forums na ito ay nagbibigay ng karagdagang oportunidad para sa mga kompanya at mga brand na mas makipag-connect sa kanilang mga audience.

TWITTER

Dahil may sense ng pagmamadali at pagiging importante ang Twitter platform, ito’y karaniwang ginagamit ng mga brand para magbahagi ng maiikling impormasyon tulad ng quick messages, company update, at mga public announcement.



Kung ang isa sa iyong mga focus ay customer service at/o support, ang Twitter ay isang nakaka-engganyo at responsive na platform na mahusay para sa ganito. At dahil ang platform ay nagko-connect sa real time, ito’y kadalasang top choice ng mga kompanyang gustong patuloy na magbigay ng balita, updates, at iba pang resources na relevant at useful para sa kanilang followers. Ito rin ay mahusay na tool upang makatanggap at upang malaman ang immediate at one-way feedback mula sa mga customer.

TIKTOK

Kung sa palagay mo’y ang TikTok ay isang platform para sa mga teenager, baka gusto mong pag-isipan ito muli. Bagama’t ang TikTok ay bagong-dating lamang sa social media channel market, solid pa rin ang marketing nito para sa mga brand na gumagamit nito.



Ang TikTok ay video-driven, video-focused, at video-centric, at sa gayon ay ito ang lugar upang humanap ng informative, entertaining, at creative content. Magaling ito kung gusto mong ipakita kung paano gamitin ang isang produkto, kung paano ito ginawa, upang magpakita ng product launches o previews, behind-the-scenes, upang magbigay ng tips, hints, hacks, o how-tos, at upang sumali sa trending challenges (ang ilan sa mga ito ay para sa fundraising).



Bagama't ang karaniwang mas batang audience ng platform ay tamang-tama para sa mga kompanyang naghahangad na mag-market sa mga Gen Z, napapansin ng mga brand na ang demographic na ito ay nagbabago dahil parami nang paraming millennials kaysa dati ang sumasali na gayon.

YOUTUBE

Mayroon ka bang long-form video na hinahanapan mo ng site? Isipin ang YouTube!



Educational content, step-by-step instructions, detailed demonstrations, pati interviews, tutorials at total transformations (“before” at “after”): ang lahat na ito ay bagay na bagay sa YouTube. Dahil puedeng maglagay sa YouTube ng long form videos (ang maximum file size ay 128G o 12 oras), ang YouTube ay pinakamahusay kumpara sa ibang mga platform pagdating dito.

Tulad ng inaasahan, dahil ang long form video content ay nangangailangan ng mas maraming resources upang gawin, kung iniisip mong gamitin ang platform na ito, dapat mo ring asahan na maglalaan ka ng mas maraming panahon at energy para dito. Pero magiging sulit naman ito dahil maaari kang makakuha ng malaking resulta.

At isa pang bagay na dapat mong tandaan: dahil ang YouTube ay kadalasang iniisip bilang isang search engine, ibig sabihin nito’y ang sinomang may ispesipikong hinahanap at nakahanap ng impormasyon mula sa isang brand tungkol sa isang ispesipikong topic ay lubos na mas malamang na interesado sa kompanyang iyon, at dahil dito, magiging talagang motibado ang táong ito na maengganyo pa nang husto.

PINTEREST

Gusto mo bang i-drive ang traffic sa website ng iyong kompanya? Ang karamihan ba ng mga tao sa iyong audience ay mga kababaihan? Isiping idagdag ang Pinterest sa iyong social media channels.



Ang “visual discovery” platform na ito, tulad ng YouTube, ay kadalasang tinitingnan bilang isang search engine. Ito’y bagay talaga upang makakuha at maka-curate ng bagong audiences na may dati nang interest sa iyong mga produkto o mga serbisyo. At dahil ang Pinterest ay talagang “clickable”, isang click lamang ng mouse at ang mga browser ay maaari nang maging mga customer.

Paano ba ito gumagana? Sa Pinterest, pini-“pin” ng users sa “boards” ang images na nagugustuhan nila, at nire-reflect ng “boards” ang kanilang personal values, interests, beliefs, at causes. Ang images na ito ay naka-backlink sa iba’t-ibang resources, product pages, blog articles, at iba pang kaugnay na content mula sa buong web. Ang pinned images ay laging highly engaging at may visual appeal.

Mula sa isang brand perspective, ang paggawa ng boards na may curated pins tungkol sa mga produkto, serbisyo, mga tao, at marami pang iba ay maaari talagang magbenepisyo. Hindi lamang nito ginagawang madali para sa iyong audience na humanap ng isang bagay kung saan sila interesado, kung ‘di gumagawa ka rin ng paraan upang dagdagan ang traffic sa iyong website at i-convert ang leads.



LINKEDIN

Para sa mga brand na gustong mag-engganyo ng mga audience sa isang mas propesyonal na level, ang LinkedIn ay ang mainam na platform.

Dahil mahigit sa kalahati ng users ng LinkedIn ay lalaki at dahil ang platform na ito ay may malakas na business focus, ito'y kadalasang itinuturing na isang network-building platform na nagdo-double duty bilang isang talent recruitment tool para sa maraming mga kompanya.

Ang LinkedIn ay mahusay na channel upang ipakita ang kultura ng organisasyon, company updates, thought leadership articles, media coverage, blog posts, at iba pang mga katulad na aktibidad.



DIGITAL LEARNING

Email Tips

Paggamit ng email marketing para magtayo at bigyan ng benepisyo ang iyong maliit na negosyo

Anuman ang iyong industriya, o alinmang sektor ng market ang gusto mong pasukan, ang email marketing bilang mahalagang bahagi ng iyong pangkalahatang marketing plans ay mahusay para sa negosyo.

Ang mga strategic na email marketing ay makapagbibigay ng malaking benepisyo para sa iyong kompanya dahil mapapahusay nito ang customer relationships, maitatag mo ang iyong brand, madadagdagan mo ang leads, at tataas ang iyong kita.

Ang iba pang benepisyo nito:

- Bubuti ang iyong customer retention
- Magkakaroon ka ng mas mabuting insight sa customer profiles
- Mapro-promote mo ang mga bagong produkto o mga serbisyo sa audiences na interesado
- Matatandaan ka nila sa tulong ng thought leadership content, na siyang nagpapahusay din sa brand recall
- Mas huhusay ang sales sa pamamagitan ng loyalty at rewards programs
- Magkakaroon ng access sa measurable, data-backed ROI



“AKALA KO WALA NANG GUMAGAMIT NG EMAIL MARKETING”

Aba hindi yan totoo. Kahit na mayroon nang social media platforms, ayon sa research, mas gusto pa ring makatanggap ng audiences ng marketing information mula sa kanilang paboritong brands gamit ang email.

At kapag inisip mo ang ROI potential ng email marketing – para sa bawat ginastos na dolyar, \$44 ang bumabalik – kaya’t sa totoo lang ay mainam na isama ang madali at murang paraan ng komunikasyon na ito sa iyong mga customer.

“SAAN BA AKO MAGSISIMULA?”

Ang isa sa pinakasimple at pinakamabisang paraan upang magsimula ay ang siguraduhin na madaling mag-sign up sa iyong email list. Magsama ng sign-up form sa iyong homepage. Ilagay ito sa iyong email signature o bilang quick sign off sa anumang articles na sinusulat mo.

Tandaan na karaniwang kailangan ng mga tao ng dahilan upang gawin ang isang bagay. Nais nilang malaman na may reward para sa kanilang mga aksyon.

- Magagawa mo ito kapag nag-offer ka ng incentive para mag-subscribe sila sa iyong list.
- Ito’y maaaring sa anyo ng isang bagay na karaniwang tinatawag na “content upgrade” sa marketing speak, kung saan mayroon kang inilalaang isang bagay na iniisip ng mga tao ay may mataas na halaga na nababagay rin sa iyong potential audience (exclusive offers, discounts, e-books, at iba pang useful content).

“ANO BA ANG IBIG SABIHIN NG SEGMENTING?”

Inirerekomenda naming paghiwa-hiwalayin mo (i-segment mo) ang iyong email lists nang magkaroon ng mga group o mga subsections – mga táong pinaka-makikinabang sa targeted, high-quality content na makikita nilang pinaka-relevant para sa kanila.

- Isipin ang groups na ito bilang mga táong may mga magkatulad na pangangailangan (“naghahanap ako ng pananamit para sa mga bata”) o mga hilig (“mahilig akong mag-hike sa mga bundok kapag weekend”).
- Maaari ka ring mag-segment alinsunod sa edad, kasarian, at lokasyon, at pati na purchase history, brand loyalty, at engagement.
- Pinahuhusay ng segmenting ang iyong click-through rate (CTR) – ito’y isang mahalagang statistic para malaman kung gaano kahusay ang iyong content at kung gaano kabisa ang iyong pangkalahatang email marketing campaign.



“ANO ANG SUSUNOD KONG GAGAWIN?”

Dito ka magpapasiya kung ano ang magiging itsura ng iyong email strategy, at karaniwan ay ibig sabihin lamang nito na kailangang tiyakin mo kung anong uri ng content ang gusto mong ipadala sa iyong email subscribers (segments) at kung gaano kadalas (frequency).

Dapat ay mayroon kang mabuting ideya kung ano ang gusto mong mangyari, kung anong mga klaseng aksyon ang gusto mong gawin ng audience na gusto mo, at kung anong klaseng content ang sa palagay mo’y nais nilang makuha.

- Tandaan ang kanilang mga pangangailangan, mga hilig, mga like at dislike.
- Tanungin ang iyong sarili kung paano sila makikinabang mula sa iyong email.

Ang ilan sa impormasyon na ito ay matitiyak ng uri ng negosyong ginagawa mo, at ng produkto/serbisyong inaalok mo. Pagdating naman sa frequency, mainam ang magsimula sa isang monthly email newsletter.

Ang ilang mga halimbawa ng mga email na maaari mong ipadala:

- Promo (special offers, sales)
- Seasonal (holidays, special events)
- Personal (para sa mga loyal customer o mga VIP)
- Transactional (one-off emails na may kinalaman sa isang transaksyon)

Huwag kalimutan ang subject line: ito ang unang-unang makikita ng iyong intended audience kaya’t dapat ay maakit sila nito upang basahin nila ang buong email.

“ORAS NA NA-SEND KO NA ITO, TAPOS NA AKO... ‘DI BA?”

Hindi, mayroon ka pang gagawin. Gusto mong malaman ang naging performance ng iyong email, ‘di ba? Nakarating ba ito sa mga tamang tao? Sapat bang naging useful at relevant ang iyong ipinadala, kung kaya’t binuksan nila ang email at binasa nila ito? Kung nag-include ka ng promo offer, paano mo malalaman kung ginagamit ito ng iyong audience?

Oras na nag-send ka ng email campaign, kailangan mong i-analyze ang performance nito. Paano mo ito gagawin? Ang maganda sa email marketing, kumpara sa ibang digital marketing channels, ay na maaari mong i-access kaagad ang maraming impormasyon na maaari mong i-apply upang pahasayin ang mga susunod na email campaigns.

Ano ang pinaka-critical na metrics o performance markers na dapat mong malaman? Maliban sa limang bagay na nakalista sa ibabâ, dapat mo ring i-track ang conversion rate; ito ang porsyento ng iyong email subscribers na nagkokompleto sa aksyon na gusto mong gawin nila.



Lima sa pinaka-karaniwang email performance metrics

Open Rate – porsyento ng total recipients na nag-open ng iyong email campaign

Click Rate – porsyento ng recipients na nag-click sa kahit isang link man lamang sa iyong email campaign

Click-Through Rate (CTR) – porsyento ng recipients na nag-click sa isang link pero umaaplay lamang ito sa mga nag-open ng iyong email

Unsubscribe Rate – porsyento ng recipients na “nag-opt out” sa iyong mga email sa isang campaign

Bounce Rate – porsyento ng mga email na hindi na-deliver at na ibinalik ng server ng recipient

KARAGDAGANG PALIWANAG TUNGKOL SA MGA SALITANG ITO

OPEN RATE

Porsyento ng total recipients na nagbukas ng iyong campaign.

Open rate (%) = (bilang ng opens / bilang ng emails na na-deliver) * 100

Kung **100 contacts** ang nakatanggap ng iyong email pero **50** lamang ang nag-open nito, ang iyong open rate ay **50%**.



CLICK RATE

porsyento ng recipients na nag-click sa kahit isang link man lamang sa iyong email campaign.

Click rate (%) = (bilang ng recipients na nag-click sa isang link sa isang email / bilang ng emails na na-deliver) * 100

Kung **100 contacts** ang nakatanggap ng iyong email at **20** sa kanila ang nag-click sa isa sa mga link, ang iyong click rate ay **20%**.

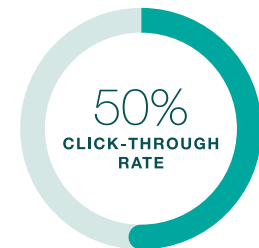


CLICK-THROUGH RATE

Porsyento ng recipients na nag-click sa isang link sa iyong email pero para lamang sa mga nag-open nito.

Click-through rate (%) = (bilang ng recipients na nag-click sa isang link sa isang email / bilang ng opens) * 100

Kung nagpadala ka ng email sa **100 contacts**, **50** sa kanila ang nag-open nito, at **25** sa mga nag-open ay nag-click sa isang link, ang iyong click-through rate ay **50%**.



UNSUBSCRIBE RATE

Porsyento ng recipients na nag-click upang mag-unsubscribe sa iyong mga email sa isang campaign.

Unsubscribe rate (%) = (bilang ng contacts na nag-unsubscribe / bilang ng emails na na-deliver) * 100

Kung **100 contacts** ang nakatanggap ng iyong email at **5** sa kanila ang pumiling “mag-opt out” mula sa future emails, ang iyong unsubscribe rate ay **5%**.





BOUNCE RATE

Porsyento ng mga email na hindi na-deliver dahil ibinalik sila ng server ng recipient.

Bounce rate (%) = (bilang ng failed deliveries / bilang ng emails na na-send) * 100

Kung 5 sa 1,000 emails ang nag-bounce, ang iyong bounce rate ay 0.5%.



May dalawang klaseng email bounce:

Soft Bounce: ito'y temporary delivery failure tulad ng kapag down ang server ng recipient o puno ang kanyang mailbox.

Hard Bounce: ibig sabihin nito'y hindi ma-deliver ang email dahil ang email address ay mali o wala nang ganoong email address.

KONKLUSYON

Gumawa ng pagkakaiba

Ito'y isang oportunidad para sa ating lahat na ipakita kung gaano tayo kahusay. Gumawa ng pagkakaiba sa iyong community. Suportahan ang local businesses. Alagaan ang iyong mga kapitbahay. Maging friendly sa mga tao, saan ka man magpunta. Marami tayong magagawa kapag tayo'y nagsama-sama. Tayo'y magiging #SurreyStrong kapag tayo'y nagsama-sama.

Inihahandog sa iyo ng



SURREY STRONG



Para sa mga katanungan tungkol sa toolkit na ito, mangyaring mag-email sa info@businessinsurrey.ca

businessinsurrey.com [@SurreyBoardofTrade](https://www.facebook.com/SurreyBoardofTrade) [@SBoT](https://www.instagram.com/SBoT) [@SBoT](https://twitter.com/SBoT) [in @surrey-board-of-trade](https://www.linkedin.com/company/surrey-board-of-trade)