

# B2B-sähköpostimarkkinoinnin huoneentaulu

1

## **Ei kuluttajaviestejä B2B-kohderyhmälle**

Sähköpostitse markkinoitavan B2B-hyödykkeen on oltava tuote tai palvelu, jota yritys muutoinkin markkinoi toisille yrityksille ja niiden työntekijöille yritystoiminnassa hyödynnettäväksi. B2B-sähköpostimarkkinointia ei tule käyttää kuluttajamarkkinointiin.

2

## **Markkinoiva yritys kantaa vastuun**

Markkinoivalla yrityksellä on aina vastuu sähköpostimarkkinointinsa kokonaisuuden eri osista – kuten kieltojen hallinnoinnista, viestien sisällöstä, osoitelähdemerkinnöistä – riippumatta siitä, tapahtuuko joku osa toiminnasta alihankinnan tai ostopalvelun avulla.

3

## **Sähköpostit aina yritysoitteella**

B2B-sähköpostimarkkinointi perustuu aina tunnistetun yrityshenkilön sähköpostiosoitteeseen. Muiden vastaanottajien sähköpostiosoitteet eivät saa näkyä.

4

## **Lähetä vain työtehtäviin liittyviä viestejä**

Yrityshenkilölle voi lähettää työsähköpostiosoitteeseen B2B-sähköpostimarkkinointia erikseen kysytyyn yksilöityyn lupaan perustuen.

Ilman lupaa voi B2B-sähköpostimarkkinointia lähettää

- olemassa oleville yritysasiakkaille, tai
- jos markkinoitava tuote tai palvelu liittyy henkilöön tämän työtehtävien, vastualueen tai asemavaltuutuksen perusteella.

Massalähetyksiä ei tule lähettää työsähköpostiosoiteisiin, jos markkinoitavalla hyödykkeellä ei ole yhteyttä vastaanottajan työtehtäviin tai vastualueeseen.

5

## **Kieltäytyminen on tehtävä helpoksi**

Vastaanottajan on voitava vaivattomasti tehdä kieltö tai peruuttaa antamansa lupa joko viestiin vastaamalla tai viestissä olevan linkin avulla. Kiellet ja lupien peruutukset tulee ottaa viivytyksettä huomioon.

6

## **Markkinoiva yritys selkeästi esiin**

Markkinoiva yritys tulisi aina ilmetä viestin lähettäjä tiedoista eli lähettäjäkentästä tai itse viestistä.

7

## **Viesti on tunnistettava markkinoinniksi**

Viesti on vastaanotettaessa tunnistettava markkinoinniksi. Otsikon ja muun sisällön tulisi heti ensi silmäyksellä ilmentää viestin markkinointiluonnetta.

8

## **Tarjota mahdollisuus yhteydenottoon**

On suositeltavaa, että vastaanottaja voi vastata saamaansa viestiin. Mikäli viestiin ei voi vastata, on kerrottava muunlaisen yhteydenoton mahdollisuus.

9

## **Osoitelähde esiin**

Viestin osoitelähdemerkinnästä tulee käydä ilmi, mistä rekisteristä käytetty sähköpostiosoite on peräisin.

10

## **Muista tietosuoja ja tietoturva**

B2B-sähköpostimarkkinoinnin kaikissa vaiheissa on hyvä muistaa, että lainsäädäntö asettaa vaatimuksia riittävän tietosuojan ja tietoturvan toteuttamiselle.

Lähde: Suomen Asiakkuusmarkkinointiliitto ry