

خبرنامه چیست؟

1. خبرنامه ابزاری برای اطلاع رسانی به مخاطبین خاص با علائق مشترک درباره رویدادها، گزارش ها یا اخبار مرتبط با یک موضوع یا حوزه سازمانی است. یک نشریه داخلی، یک بولتن سازمانی، یک مجله دوره ای و یا حتی یک اطلاعیه خبری در سازمان، خبرنامه به شمار می رود.
2. با ظهور اینترنت، نوع جدیدی از خبرنامه ها با عنوان خبرنامه الکترونیک هم رایج شده است.

مفهوم نشریه داخلی

- انتشار نشریه درون سازمانی یکی از ابزار مهم برای رسیدن به تفاهم در درون دستگاه است

- ماهیت نشریات درون سازمانی تعبیه کانال‌های مبادله اطلاعات میان مدیریت و کارکنان است

هدف از انتشار نشریه داخلی

- ۱- آگاهی دادن به کارکنان از عملکرد پیشرفت های سازمان.
- ۲- آگاه کردن کارکنان از اهداف کوتاه مدت و بلند مدت سازمان
- ۳- آموزش کارکنان از طریق نوشته های مختلف مثل : مقاله، گزارش های گوناگون، مصاحبه و حتی داستان و حکایت .
- ۴- آگاه کردن مدیران از وضع کارکنان و نحوه کارکرد آنان.

هدف از انتشار نشریه داخلی

- ۵- آگاه کردن کارکنان از خواسته های مدیران در جهت بالا بردن کیفیت فعالیت های سازمان.
- ۶- تهیه مطالبی جهت سرگرمی کارکنان و ایجاد همدلی بین آنان
- ۷- تلاش برای تفهیم و تعهد به اهداف و ارزش های سازمان
- ۸- تبدیل شدن به آئینه سازمان به شکلی که فعالیت ها ، موفقیت ها و نیز ارتباطات مربوط به سازمان برای عموم افراد جامعه منعکس شود

هدف از انتشار نشریه داخلی

۹- ایفای یک نقش پیشگامی و رافع مشکلات بودن و هدف قراردادادن گسترش محدوده آگاهی خوانندگان نشریه

۱۰- ارتقاء مشارکت از طریق تبیین نقش هر یک از عناصر کار در فعالیت کلی سازمان

۱۱- ایجاد فرصت مناسب برای بیان اهداف یک سازمان و همگرایی فکری، ذهنی و علمی میان مدیریت و دیگر بخش‌های آن سازمان

هدف از انتشار نشریه داخلی

- ۱۲- انتقال شادابی، تنوع و هیجان به درون محیط کار
- ۱۳- روشن کردن افکار عمومی در سازمان و آگاهی دادن به اعضاء در خصوص اتفاقات و اخباری که در آن روی می دهد
- ۱۴- سهم کردن کارکنان در سرنوشت خودشان از طریق تبادل افکار و آراء
- ۱۵- پر کردن اوقات فراغت کارکنان و خانواده آنان و پاسخ گویی به پرسش های آنها
- ۱۶- حفظ و گسترش فرهنگ سازمانی و تقویت آن

محتوای نشریه داخلی

- با توجه به اهداف و مأموریت‌های یک سازمان نشریه داخلی از بخش‌های مختلفی تشکیل می‌شود که بخش‌های ذیل معمولاً می‌توانند به عنوان بخش‌های اصلی مورد توجه قرار گیرند.
- سرمقاله (بیان خط و مشی‌های خبرنامه، مناسبت‌ها، پیام‌های اداری و ...)
 - مقالات (آموزشی، تخصصی، فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و ...)
 - گزارش (اداری، آموزشی، اختصاصی، فرهنگی، اجتماعی و ...)

محتوای نشریه داخلی

- تریبون آزاد (ستون ویژه کارکنان و خوانندگان در قالب‌های مصاحبه، مقاله، نقد، پیشنهاد، خاطره و ...)
 - اخبار (پیشرفت‌های سازمان، اتفاقات جدید، اخبار انتصاب‌ها و ...)
 - مسابقه و سرگرمی (جدول، مسابقات، طنز، کاریکاتور و ...)
 - تازه‌ها (در زمینه‌های علمی، فنی، آموزشی، فرهنگی و ...)
- علاوه بر موارد یاد شده برای غنای نشریه و افزایش جذابیت آن با توجه به مأموریت‌ها و اهداف اصلی هر سازمان می‌توان عناوین مرتبط دیگری چون: بهداشت،

انتشار نشریه داخلی

برابر «ماده 15 آیین نامه قانون مطبوعات مصوب سال 1364» قبل از انتشار نشریه و با مراجعه به اداره کل مطبوعات داخلی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و طی مراحل قانونی و اداری باید مجوز انتشار نشریه را دریافت کرد.

انتشار نشریه داخلی

بر اساس این ماده قانونی، ضوابط مربوط به صدور مجوز برای نشریه داخلی به شرح زیر است:

۱. درخواست انتشار نشریه و معرفی مدیر مسئول پیشنهادی از سوی بالاترین مقام مسئول سازمان.
۲. مطالب و اخبار به طور عمده بایستی درباره اهداف و شرح وظایف مرکز درخواست کننده و فقط برای استفاده کارکنان باشد.
۳. دارای چاپ ساده و حداکثر دو رنگ برای جلد باشد.
۴. تعداد صفحات نباید از ۴۸ صفحه تجاوز کند.
۵. رایگان باشد.

انتشار نشریه داخلی

در تبصره ۲ این ماده قانونی تصریح شده است، صدور مجوز انتشار نشریات دولتی با رعایت سایر قوانین مربوط خواهد بود. پس از کسب مجوز انتشار نشریه توجه به موارد زیر ضروری و راهگشا خواهد بود.

1. تعیین هدف یا اهداف نشریه
2. تعریف و تعیین مخاطبان نشریه
3. تعیین کیفیت مورد نظر برای نشریه در خصوص (قطع، چاپ، نوع کاغذ و ...)
4. انتخاب نام و نشانه نشریه
5. تعیین مسئولان و اعضای هیئت تحریریه
6. زمان انتشار و نحوه توزیع نشریه و ...

اصول و قواعد تنظیم مطالب خبرنامه

- رعایت اصل ساده و کوتاه نویسی مطالب؛
- پرهیز از طرح اطلاعات کلی و یا بسیار جزئی و کاربرد جملات به صورت کامل؛
- پرهیز از ارائه اطلاعات و آمارهای مبهم و بیان مطالب به صورت قابل فهم برای عموم مخاطبان؛
- عدم کاربرد اصطلاحات تخصصی و کلمات و عبارات پیچیده؛
- رعایت اصول خبرنگاری (تنظیم خبر، توجه به عناصر و ارزش‌های خبری، تیترو سوتیترو...)
- بیان موضوعات مطالب از ساده به پیچیده؛
- استفاده از جذابیت‌های بصری و طراحی مناسب و گیرا به خصوص در روی جلد نشریه.

روش‌های توزیع

- ارسال نشریه به منازل کارکنان از طریق پست؛
- در صورت امکان ارسال الکترونیکی نشریه به آدرس‌های پست الکترونیک همکاران؛
- ارسال نشریه به وسیله نامه رسان‌های سازمان برای کارکنان؛
- توزیع نشریه از طریق قرار دادن نشریه در محل قابل دسترس کارکنان مانند ایستگاه‌های مطالعه و ...؛
- توزیع نشریه در پایان کار روزانه و هنگام ترک سازمان؛
- ارسال نشریه از طریق سیستم اداری و دبیرخانه سازمان در محل کار افراد.

عوامل موفقیت نشریه داخلی

- ۱- صداقت در انتشار اخبار درون و برون سازمانی ، به نحوی که همگان در جریان رویدادها قرار گیرند و خود بتوانند درباره آن قضاوت پردازند.
- ۲- حذف تشریفات در ارائه اخبار ، گزارش ها و مصاحبه ها ، به نحوی که این احساس در همگان به وجود آید که نشریه متعلق به آنها است.
- ۳- نشریه نباید ارگان تبلیغاتی مدیران یا برای سرپوش گذاشتن بر عیب ها باشد .
- ۴- نشریه نباید به بخش خاصی از کارکنان توجه کند یا در واقع مخاطب ویژه ای داشته باشد، بلکه همگان باید آن را متعلق به خود بدانند

اجزای یک خبرنامه

هر نشریه ای بخش های ثابتی دارد که در هر شماره ارائه می شود. بخش های ثابت خبرنامه ها شامل

سرعنوان و نام

نوع حروفچینی

سرصفحه

فهرست مطالب

شماره پیاپی

تاریخ

سرستون ها

لگوها، کلیشه ها

شناسنامه خبرنامه

معمولا در نشر رومیزی، نخست یک الگوی کامل از نشریه را در رایانه تعریف می کنند تا بدین ترتیب صفحه آرایی شماره های بعدی راحت تر باشد. این الگو ساختار و کارکرد بولتن را مشخص می کند. هرگاه الگو را در اختیار داشته باشید، به آسانی می توانید نسخه های مشابهی از آن تهیه کنید

انواع خبرنامه به لحاظ محتوا

- ۱- خبرنامه یا گزارش های کاری که به عنوان ابزار ارتباط داخلی یک سازمان ، اطلاعات مربوط به اعضا سازمان را منتشر می کند.
- ۲- نشریه یک سازمان غیر انتفاعی یا سیاسی که خوانندگان خود را به یک اقدام خاص ترغیب می کند.
- ۳- نشریه ای که به عنوان ابزار تبلیغاتی روابط عمومی یک سازمان تهیه می شود.
- ۴- خبرنامه ای که مبتنی بر مقاله است و اطلاعاتی را درباره یک موضوع خاص به مخاطبین به خصوصی ارائه می دهد.
- ۵- خبرنامه ای که حاوی دعوتنامه برای اشخاص یا خبرنگاران برای حضور در یک نشست یا کنفرانس و رخداد است

تبدیل خبرنامه چاپی به الکترونیک

- خبرنامه های موجود چاپی سازمان را می توان در سریع ترین زمان ممکن به نسخه الکترونیک تبدیل کرد و آنها را به سرعت به دهها هزار نفر در سراسر جهان ارسال نمود
- مهمترین منفعتی که در تبدیل نشریات چاپی به نسخه الکترونیکی وجود دارد، صرفه جوئی در زمان و هزینه چاپ و ارسال آنها خواهد بود
- دایره مشترکین و دریافت کنندگان خبرنامه الکترونیک می تواند در گستره ای به وسعت جهان باشد

خبرنامه الكترونيك

- خبرنامه الكترونيك همان خبرنامه معمولي است كه از طريق ابزار و تكنولوجي هاي الكترونيك و اينترنتي طراحي ، توليد و ارسال مي شود

ویژگیهای خبرنامه های الکترونیک

- ۱- دریافت خبرنامه ها از طریق پست الکترونیکی افراد صورت می گیرد .
- ۲- فرستنده محتوایی را آماده می کند و آن را در قالب از پیش تعیین شده ای برای گروه بزرگی از افراد و شرکتها یا سازمانها ارسال می کند.
- ۳- برای ارسال خبرنامه یا از پست الکترونیک فرستنده و یا از سیستم نرم افزاری وب سایت او استفاده می شود

فایده خبرنامه الکترونیک چیست ؟

- مخاطب قدرت انتخاب در نوع اطلاعات دریافتی دارد
- اطلاعات بطور مرتب بدست مخاطب می رسد
- وجود خبرنامه باعث ماندگاری بازدید کننده برای سایت سازمانی می شود
- خبرنامه الکترونیک یکی از راه های دسترسی به مطالب وب سایتهایی است که به هر دلیلی در دسترس کاربران ایرانی نیستند

ضرورت راه اندازی خبرنامه الکترونیک

1. ایجاد خبرنامه الکترونیک یک روش ارتباطی است.
2. خبرنامه الکترونیک باعث برقراری ارتباط تعاملی میان سازمان و مخاطبان مشتریان می شود .
3. خبرنامه الکترونیک، افراد را به وب سایت سازمانی هدایت خواهد کرد و باعث افزایش مخاطبان و مشتریان خواهد شد.

ضرورت راه اندازی خبرنامه الکترونیکی

۴- ارسال منظم خبرنامه، نام سازمان را در ذهن مشتری، بازدید کننده و همکاران زنده نگاه داشته و روشی بی نظیر و کنترل شده جهت معرفی محصولات یا خدمات است.

۵- خبرنامه الکترونیکی باعث ارتباط طولانی مدت با مشتری و ایجاد حس وفاداری او به سازمان یا شرکت خواهد شد.

۶-- خبرنامه الکترونیکی نتایجی سریع و قابل محاسبه دارد به طور مثال : بعد از ارسال هر خبرنامه ، می توان به آسانی تعداد اشخاصی که خبرنامه را باز کرده اند و یا نام اشخاصی که روی لینک خاصی کلیک کرده اند را بررسی کرد

مزیت‌های خبرنامه الکترونیکی

- کمک به حفظ محیط زیست
- کاهش مصرف کاغذ
- انتشار از طریق اینترنت و یا اینترنت و یا CD
- کاهش هزینه طراحی و چاپ
- فقدان محدودیت توزیع
- نگهداری در فضای اندک
- قابلیت جستجو و انتشار مجدد
- اطلاع رسانی لحظه ای
- کاهش حجم نامه های اداری و بایگانی
- فراگیر و فرامرز بودن

فرآیندهای تولید و ارسال خبرنامه الکترونیک

۱- محتوا:

شامل محتوای درون خبرنامه است و می تواند حاوی خبر، مقاله، لینک، عکس، نشریه، دعوت نامه، اطلاعیه یا هر محتوای دیگر باشد.

۲- قالب:

خبرنامه مانند مجلات و نشریات دیگر باید ظاهر یکسانی داشته باشد. ویژگی هایی مانند فونت، عکس های گرافیکی، بخش بندی، تیترها، لینک ها و طبقه بندی مطالب نباید در نسخه های مختلف تغییر زیادی کند.

۳ - مدیریت ارسال:

هنگامی که بخش های محتوا و قالب خبرنامه ایجاد شد، خبرنامه باید برای مشترکان یا مشتریان یا گروهی از افراد که اسامی آن ها در فهرست از پیش تعیین شده ای قرار دارد، ارسال شود.

تفاوت خبرنامه با نشریه دیجیتالی

محتوا: یک ژورنال معمولاً شامل مقالات، داستان‌ها، یا تصاویر مربوط به چندین موضوع (یا چندین موضوع در یک موضوع خاص) از چندین نویسنده است. یک خبرنامه معمولاً حاوی مقالاتی در مورد یک موضوع اصلی است و ممکن است چندین نویسنده داشته باشد یا فقط یک نویسنده داشته باشد.

مخاطبان: این مجله با حداقل اصطلاحات و اژگان فنی یا زبان تخصصی برای عموم مردم نوشته شده است. معمولاً حتی مجلات مورد علاقه خاص نیز برای مخاطبان وسیعی تهیه می‌شوند. خبرنامه برای گروهی از افراد با علاقه مشترک نوشته شده است. این ممکن است حاوی اصطلاحات اصطلاحات فنی بیشتر یا زبان تخصصی باشد که برای عموم مردم قابل درک نیست.

تفاوت خبرنامه با نشریه دیجیتالی

گسترش. این مجله از طریق اشتراک یا در روزنامه فروشی ها در دسترس است و اغلب توسط تبلیغات پشتیبانی می شود. خبرنامه از طریق اشتراک برای اشخاص علاقه مند در دسترس است و یا برای اعضای سازمان توزیع می شود. این برنامه عمدتاً توسط اشتراک ، حق عضویت سازمان (حق الزحمه باشگاه) پشتیبانی می شود یا توسط مقامات انتشاراتی (مانند خبرنامه کارمندان یا خبرنامه بازاریابی) پرداخت می شود.

طول: بیشتر مجلات به طور قابل توجهی طولانی تر از خبرنامه هستند ، از چند ده صفحه به چند صد صفحه. بولتن ها معمولاً بیش از 2 تا 4 صفحه نیستند و بعضی از آنها ممکن است در حدود 1-2 صفحه باشند.

گام های اساسی در نوشتن خبرنامه

- اگر بتوانید یک نامه یا یادداشت برای شخصی بنویسید، می توانید خبرنامه هم بنویسید
- باید مطمئن شوید که مطالب ارزشمندی را در خبرنامه قرار می دهید
- تحقیق و مطالعه و جمع آوری مطالب سودمند برای تهیه خبرنامه ضروری است

تهیه یک الگو برای خبرنامه

هر نشریه‌ای بخش‌های ثابتی دارد که در هر شماره ارایه می‌شود. بخش‌های ثابت خبرنامه‌ها شامل سرعنوان و نام، نوع حروفچینی، سرصفحه و فهرست مطالب، شماره پیاپی، تاریخ، سرستونها، لگوها، کلیشه‌ها و شناسنامه خبرنامه است. معمولاً در نشر رومیزی، نخست یک الگوی کامل از نشریه را در رایانه تعریف می‌کنند تا بدین ترتیب صفحه‌آرایی شماره‌های بعدی راحت‌تر باشد. این الگو ساختار و کارکرد بولتن را مشخص می‌سازد. هر گاه الگو را در اختیار داشته باشید به آسانی می‌توانید نسخه‌های مشابهی از آن تهیه کنید

صفحه بندی و قالب خبرنامه

- خبرنامه باید قطع، شکل و هویتی مشخص و منحصر به خود داشته باشد. هر شماره باید مشترکاتی با شماره های قبل داشته باشد. خواننده باید هر ستون را به سرعت در جای خود مشاهده کند اما هر شماره باید واجد برخی مشخصات جدید و غیر منتظره باشد

طراحی خبرنامه

خبرنامه نیز همچون دیگر نشریات، باید کانون‌های سردبیری و تحریریه مبتنی بر مخاطب خود را داشته باشد. پیچیدگی طرح یک خبرنامه مستقیماً به مخاطب و هدف نشر بستگی دارد

نام خبرنامه

- نام خبرنامه باید هماهنگ با فعالیت سازمان و در ارتباط مستقیم با آن باشد. واژه های با حروف اندک و جدا از هم ایده آل است

ده نکته قابل توجه در تهیه خبرنامه

1. **به خواننده بیشتر توجه کنید:** یک محتوای خوب، محتوایی است که در حین توجه به هدف خبرنامه، به علائق خواننده نیز توجه کافی داشته باشد. در حقیقت باید یک تعادل بین این دو مورد ایجاد کنید

2. **طراحی خبرنامه چیست؟** یک طراحی خوب ارتباط مستقیم با موفقیت یک خبرنامه برای سایت و برجسته شدن آن در میان دیگر ایمیل‌ها دارد. برای طراحی خبرنامه، از طرح‌هایی استفاده کنید که بر روی دستگاه‌های مختلف به خوبی قابل بارگذاری باشد و خواننده بتواند در اولین نگاه، لوگوی شما را مشاهده کند. برای شروع می‌توانید از ابزارهای رایگان آنلاین همانند نمونه خبرنامه [Canva](#) استفاده کنید.

3-هدف گذاری کنید:

اولین چیزی که در هنگام ایجاد خبرنامه باید از خود بپرسید این است که “قرار است چه چیزی بدست بیاوریم؟”

با پاسخ به این سوال بهتر می‌توانید بر روی طراحی خبرنامه تمرکز کنید. هدف شما از ارسال خبرنامه، باید بطور واضح مشخص باشد، و در حین طراحی خبرنامه، باید هدف خود را در طراحی و چینش محتوا به خوبی نشان دهید.

4- به زیر عنوان ها توجه کنید

زیر عنوان، فرایند مطالعه محتوا را برای خوانندگان خبرنامه های الکترونیکی آسان تر می کند. امروزه زمان کافی برای خواندن همه چیز را نداریم. استفاده از عناوین فرعی در محتوا، باعث می شود خواننده به راحتی با نگاهی گذرا به محتوا، بتواند موضوع و هدف خبرنامه شما را به راحتی درک کند. در این صورت اگر موضوع مورد علاقه او باشد، وقت بیشتری صرف مطالعه آن کند.

5- محتوا باید مختصر باشد

کاربران وقت زیادی برای مطالعه کامل خبرنامه ها ندارند. ایده خوب در طراحی خبرنامه این است که از حداقل فضا استفاده کنید و یک محتوای مختصر در خبرنامه قرار دهید. سپس با ارائه یک لینک، کاربر را به محتوای اصلی بر روی سایت، هدایت کنید.

6- از تصاویر استفاده کنید

استفاده از تصاویر و المان‌های تصویری، بهترین روش برای جذب چشمان کاربران و ترغیب آنها به واکنش است. در هنگام طراحی خبرنامه، بهتر است از متن و تصویر بصورت ترکیبی استفاده کنید.

7- توجه به سربرگ

سربرگ خبرنامه بسیار مهم است، زیرا اولین چیزی است که افراد پس از باز کردن ایمیل آن را می‌بینند. متنی که در سربرگ خبرنامه قرار می‌دهید، باید دقیق، هوشمندانه و خاص باشد تا هرچه بیشتر توجه مخاطب را جلب کند.

8- به پاورقی توجه داشته باشید

توجه به پاورقی خبرنامه به اندازه سربرگ اهمیت دارد. پاورقی و انتهای خبرنامه جایی است که ارتباط مخاطب با خبرنامه به پایان می‌رسد. لذا باید نهایت استفاده را از این بخش داشته باشید و اطلاعات لازم را به کاربر بدهید، تا در صورت لزوم بتوانیم با شما تماس بگیریم.

خبرنامه Newsletter

9- نتایج را بررسی کنید

بهترین روش برای اینکه در مسیر درستی حرکت کنید، این است که مشترکین خود را بشناسید و نتیجه ارسال خبرنامه به مخاطبان را تحلیل کنید. بازخورد خبرنامه‌ها و اینکه چه موضوعاتی بیشترین کلیک و علاقه‌مندی را داشته است، باید مورد بررسی قرار بگیرد.

۱۰- نظم در خبرنامه

منظور از نظم بودن در خبرنامه چیست؟ اگر در گذشته بصورت هفتگی در روزهای دوشنبه خبرنامه ارسال می‌کردید، به همین شکل ارسال را ادامه دهید. بودجه‌ای را برای تهیه محتوای خبرنامه خود برای یکسال در نظر بگیرید تا اینکار بطور پیوسته انجام شود. نبود نظم در ارسال، ممکن است باعث از دست رفتن انتظار کاربر شود. یک برنامه تقویمی منظم ایجاد کنید و براساس آن عمل کنید. نظم می‌تواند باعث ایجاد وفاداری در کاربر شود.

NEWS LETTER

نشریه سازمانی

بولتن داخلی

طراحی گرافیکی ، استفاده از نرم افزارها

نسخه الکترونیکی ، ارسال با ایمیل

خبرنامه الکترونیک

خبرنامه الکترونیک در خدمت بازاریابی الکترونیک

ارتباط مستمر با مخاطبین، بازدید کنندگان و مشتریان بالقوه یا اعضای یک گروه یا انجمن و نیز اعضای یک سایت اینترنتی، با استفاده از امکانات و تسهیلات و خدمات مبتنی بر اینترنت یک نوع بازاریابی اینترنتی یا امیل مارکتینگ به شمار می رود

ارتباط تعاملی خبرنامه های الکترونیک با وب سایت سازمانی

خبرنامه های الکترونیک برای ارتباط دائمی با مخاطبین بالقوه و یا بالفعل سایت، طراحی و پیاده سازی، ارسال و مدیریت می شوند

خبرنامه الکترونیک در قالب لوح فشرده

- در شکل سنتی روابط عمومی برای راهنمایی مراجعین ،تنها امکان موجود تهیه بروشور به صورت مکتوب، نصب تابلوی راهنمای طبقات و مواردی از این قبیل بود
- در روابط عمومی الکترونیک پیشنهاد استفاده از اطلاعات درج شده در سایت سازمانی یا تهیه خبرنامه الکترونیک در قالب لوح فشرده یکی از امکانات جدید ارتباط با مشتریان و مخاطبان است

خبرنامه های غیر اختیاری یا هرز نامه و اسپم

- به خبرنامه های غیر اختیاری یا غیر سفارشی ، هرز نامه یا اسپم گفته می شود
- اگر یک ایمیل حاوی خبرنامه اسپم دریافت کردید هرگز بر روی ضمیمه آن یا لینک های درون متنی یا حتی بر روی بخش لغو اشتراک نیز کلیک نکنید . چرا که بدین وسیله به راحتی به فرستنده اسپم اعلام کرده اید که این یک ایمیل فعال است و نه تنها جریان ارسال ایمیل به شما قطع نمی شود بلکه از این به بعد ایمیل شما به عنوان یک آدرس ارزشمند به سایر اسپمرهای فروخته می شود و تازه اول مشکلات شما است !

چگونه خبرنامه الکترونیک تولید و منتشر کنیم؟

- سیستم ارسال خبرنامه در CMS و کنترل پانل هاستینگ بسیاری از وب سایتهای جدید وجود دارد
- در غیر این صورت برنامه نرم افزاری آن باید نوشته شده و به عنوان یک تکه کد جدید به قالب سایت سازمانی اضافه شود. برای تولید یک خبرنامه الکترونیک بسته به موضوع و قالب آن می توان از نرم افزارهای فتوشاپ ، کورل ، فلش ، دایرکتور و یا حتی مجموعه های آفیس و آدوب استفاده کرد.

چگونه خبرنامه الکترونیک تولید و منتشر کنیم؟

- راه دیگر ، تولید خبرنامه در قالب نشریه الکترونیک و ارسال آن به صورت دوره ای به مخاطبان است . این امر می تواند از طریق ایمیل یا از طریق سیستم ارسال خبرنامه سرور وب سایت سازمان انجام شود .
- تولید خبرنامه در قالب اطلاعیه خبری نیز از دیگر روش های مرسوم است همچنین تولید خبرنامه در قالب لینک به مطالب سایت تولید خبرنامه در قالب کارهای گرافیکی با نرم افزار های مختلف می تواند صورت گیرد

فرآیندهای
تولید و ارسال
خبرنامه
الکترونیک

محتوا
قالب
مدیریت ارسال

ایجاد سیستم خبرنامه الکترونیک در وبلاگ

- با شیوه های مختلف می توانید برای وبلاگ و حتی وب سایت خود با استفاده از ابزارها و قالب های رایگان ، سیستم تولید و ارسال خبرنامه الکترونیک راه اندازی کنید. مثلا وب سایت وبگذر در آدرس : www.webgozar.com این امکان را فراهم کرده که بدون کمترین هزینه ای یک سیستم خبرنامه الکترونیک رایگان راه اندازی کنید .

سرویس خبرنامه وبگذر این امکان را به مدیران سایت‌ها می‌دهد تا با دریافت آدرس ایمیل بازدید کنندگان، اخبار و رویدادهای سایت خود را از طریق سیستم خبرنامه وبگذر برای کاربران ارسال کنند.

برخی از امکانات سایت وبگذر عبارتند از :

- ۱- ثبت ایمیل و نام کاربران
- ۲- امکان لغو عضویت برای اعضا
- ۳- ذخیره تاریخ عضویت کاربران
- ۴- ارسال خودکار ایمیل هنگام عضویت و لغو عضویت کاربران

۵- تعریف پیام خوش آمد گویی برای اعضا

۶- مدیریت پیشرفته اعضای خبرنامه

۷- ارسال خبرنامه فارسی از سرور وبگذر

۸- ارسال خود کار خبرنامه با به روز شدن وبلاگ (با خروجی
(RSS

۹- درج عنوان و خلاصه مطلب در خبرنامه ارسالی

۱۰- امکان تغییر ظاهر خبرنامه متناسب با سایت (سایت
(webgozar

<http://www.webgozar.com/nletter>

- همچنین برای برای داشتن سیستم خبرنامه در وبلاگهای ایجاد شده بر روی بلاگ سرویس های پرشین بلاگ ، بلاگفا، میهن بلاگ، پارسى بلاگ، بلاگر و بلاگ اسکای می توانید به سایت <http://ramin.ir> رفته و قالب رایگان دارای امکانات خبرنامه الکترونیک دریافت کنید

سیستم اطلاع رسانی و خبرنامه در مووبل تایپ

این بخش در سیستم مووبل تایپ (یکی از نرم افزار های پر کاربرد متن باز محبوب ایرانیان) نیز پیش بینی و قرار داده شده است
ولی دو اشکال اساسی دارد

۱- به صورت پیش فرض قابل استفاده نیست و حتما باید تغییراتی در سورس داده شود

۲- نمی توان محتوای خبرنامه را به دلخواه و با طراحی به اعضا فرستاد .

نرم افزارهای ارسال خبرنامه الکترونیکی

- علاوه بر موارد ذکر شده در حال حاضر نرم افزارهای متعددی برای تولید و ارسال و مدیریت وجود دارد که هر یک ویژگی‌ها و توانمندی‌های خاص خود را دارند ولی توانایی‌های مشترک این نرم افزارها عبارت است از:
- ۱- معرفی ایمیل در دسته بندی‌های مختلف
- ۲- تعریف خبرنامه
- ۳- ارسال خبرنامه به یک یا چند گروه از ایمیل‌ها
- ۴- ارسال خبرنامه با فرمت HTML
- ۵- گزارش وضعیت ارسال خبرنامه

- نمونه ای از این نرم افزار ها را می توانید در وب سایت اینترنتی www.asd.ir بیابید
- Group Mail نیز عنوان محصول دیگری در زمینه خبرنامه الکترونیک است .
- شرکت eBiz International در کشور امارات و شرکت تجارت الکترونیک مسیرسامانه در ایران، نماینده فروش محصول Group-Mail می باشند و آمادگی ارائه این محصول را دارند

لیست های دریافت خبرنامه رایگان

- اگر به سایت www.internet.com سری بزنید می بینید که هزاران لیست خبری در موضوعات مختلف وجود دارد که می توانید در آنها عضو شوید و انواع و اقسام اطلاعات و اخبار را بصورت روزانه، هفتگی و ماهانه دریافت کنید. ولی متأسفانه یک سایت مناسب که تمام خبرنامه های ایرانی را معرفی کند و شما بتوانید در آن سایت، خبرنامه دلخواه خود را انتخاب کنید وجود ندارد.
- با استفاده از سایت وبگذر در آدرس www.webgozar.com می توانید یک خبرنامه الکترونیک بسازید

www.webgozar.com

BETA

ویگزر

سرویس دهنده ابزار وب حرفه‌ای

کاربر: مهمان [ورود، عضویت]

ورود اعضا

آدرس ایمیل به عنوان شناسه کاربری می‌باشد

ایمیل:

رمز عبور:

ورود به سیستم

رمز عبور را فراموش کرده‌ام



ویگزر

« **ویگزر** مجموعه‌ی کاملی از ابزار وب فارسی است که به صورت رایگان در اختیار سایت‌ها و وبلاگ‌های ایرانی قرار می‌گیرد. «
ویگزر این قدرت را به مدیران سایت‌ها و وبلاگ‌ها می‌دهد تا بدون نیاز به دانش فنی و امکانات خاص و تنها با افزودن یک کد html، از امکانات و ابزار پیشرفته استفاده کنند.

نحوه استفاده از خدمات

شما هم اگر صاحب سایت یا وبلاگ هستید،
به جمع کاربران ویگزر بپیوندید.

عضو شوید

- عضویت در ویگزر رایگان می‌باشد.

۱- عضویت در سایت

۲- ثبت ابزار مود نظر

۳- دریافت و افزودن کد html

ابزار و خدمات

سیستم نظرسنجی آنلاین

سیستم آمارگیری وبسایت