

Email-маркетинг как система

Краткий обзор

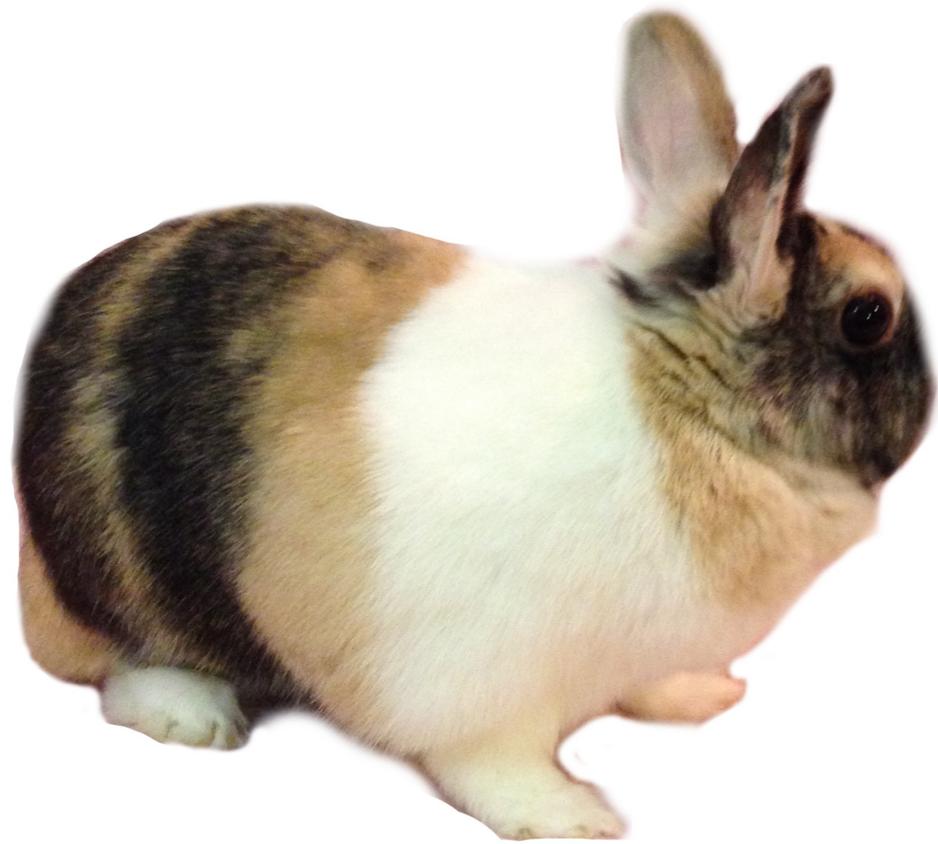
korchenkov.com

Декабрь 2015

Груффало и ecommerce







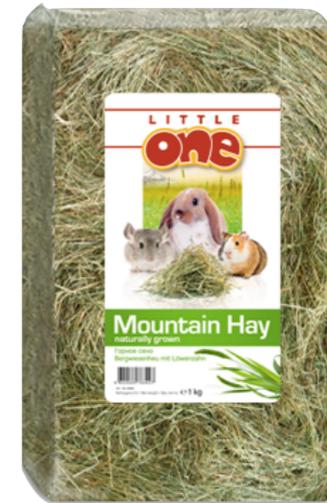
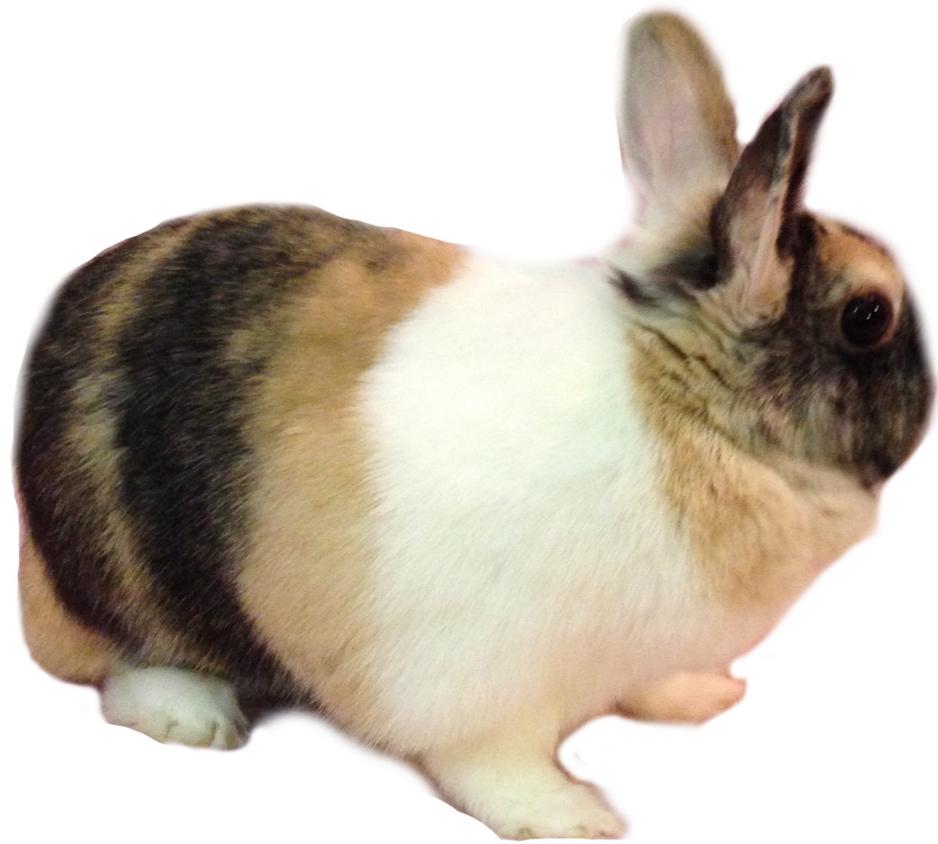


Забыли про цифры

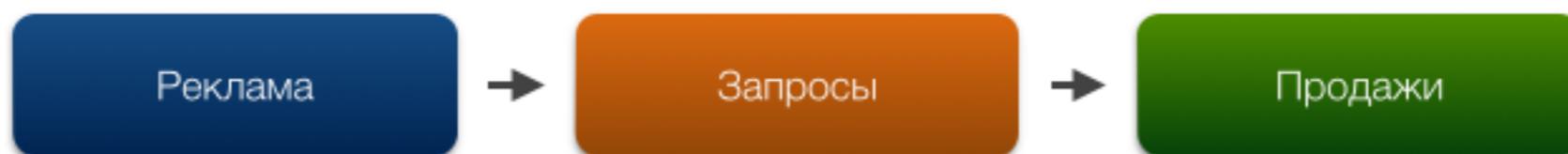


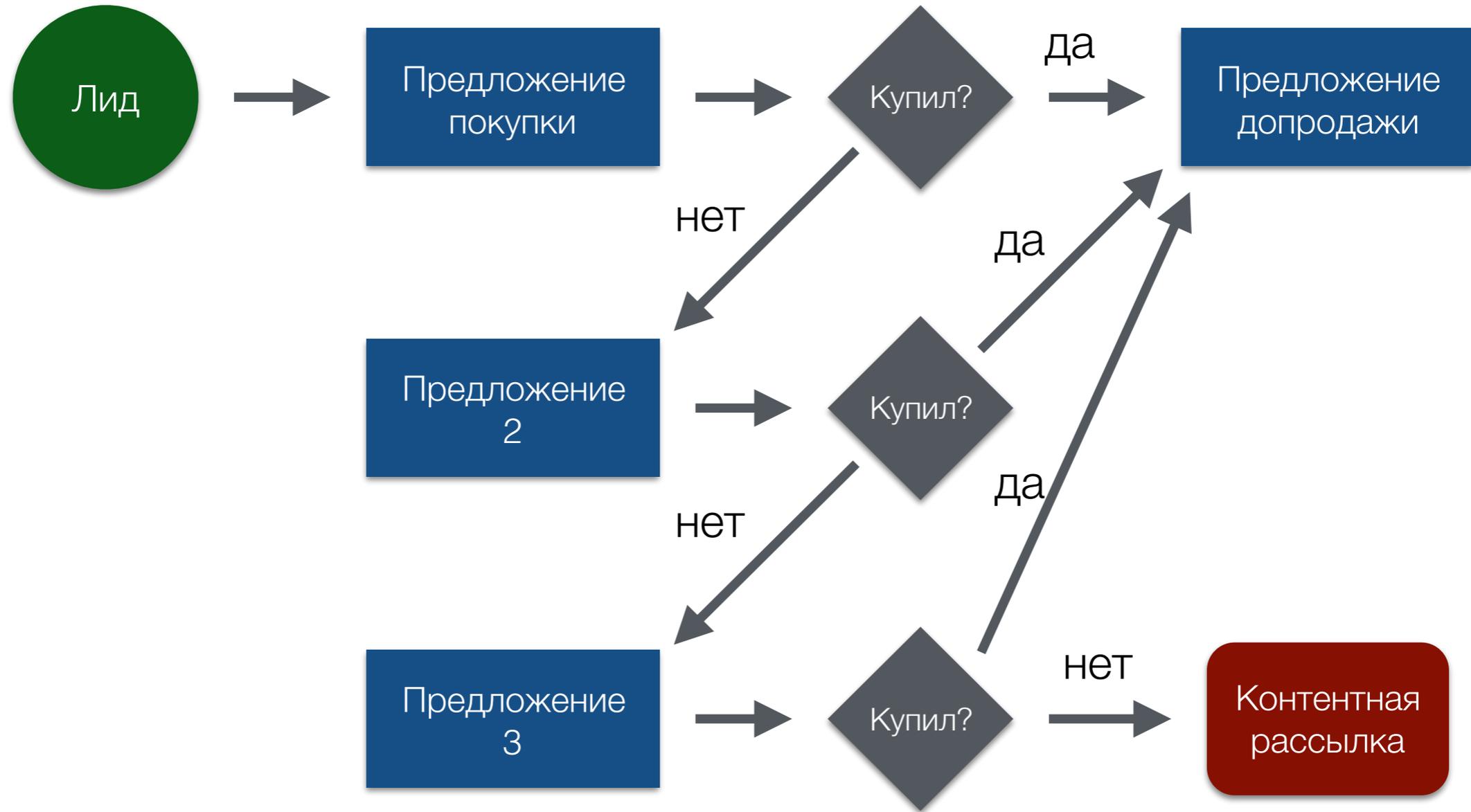
- LTV
- RPE
- CAC





Идеал рекламы – по Павлову





Про САС, фронтенд и простые продукты

Слинг и слингорюкзак

Слинг-рюкзак

☆☆☆☆☆ остави

Категория: [Магазин](#) >

Хотите знать больше «нюансов» о безопасности слингорюкзачков?

Почему до трех месяцев рекомендуется носить малыша горизонтально?

Какая она – правильная М-позиция в слинге?

Мы производим слинги с 2010 года и знаем все тонкости слингоношения.

Мы с радостью делимся нашими знаниями и опытом в своих рассылках.

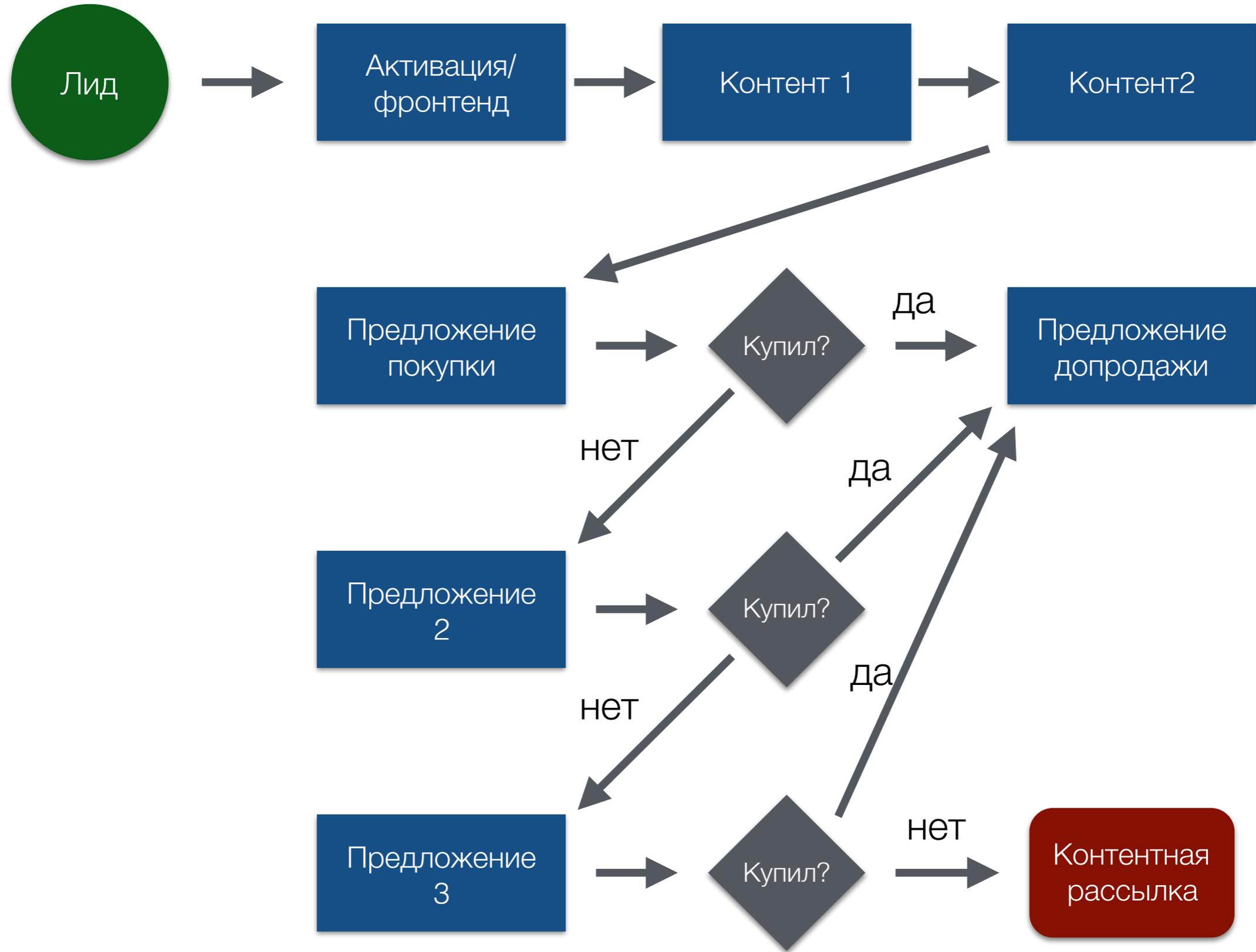
* обязательное поле

Ваш email

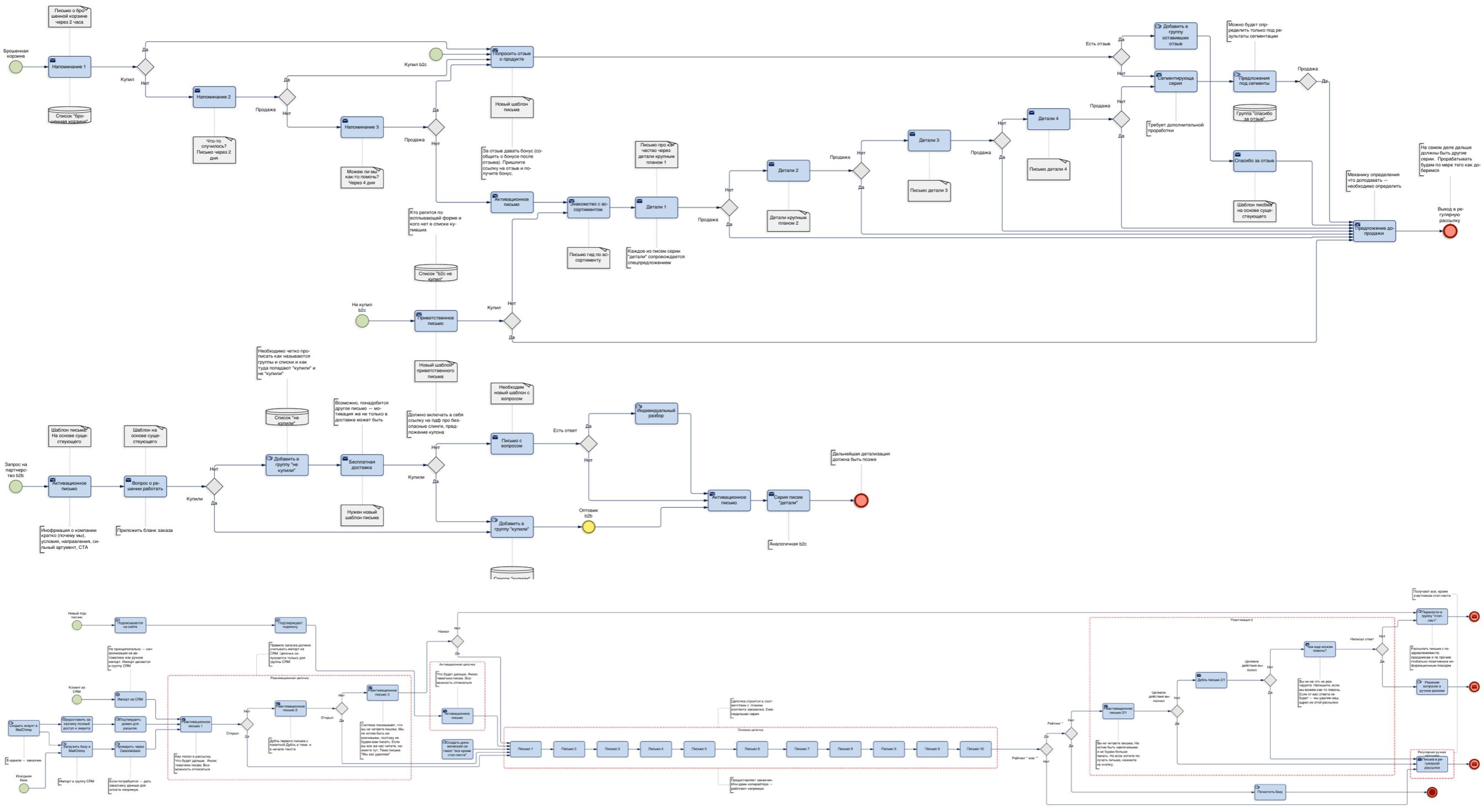
Ваше имя

Подписаться

Я уже все про это знаю, спасибо



Как это выглядит в реальности



<<First Name>>, добрый день!

Вы обращались по поводу авторских прав и мы подготовили несколько нововведений, которые могут быть Вам полезны, как автору или правообладателю:

- Для экономии Вашего времени мы создали специальный сервис, позволяющий [правильно оформить заявку на регистрацию авторских прав онлайн](#).
- Отныне все задепонированные экземпляры объектов интеллектуальной собственности официально передаются и хранятся в Российском национальном фондохранилище изданий Российской книжной палаты (РКП), что подтверждает обнародование экземпляра произведения с именем автора и правообладателя.
- Каждому экземпляру задепонированного объекта интеллектуальной собственности присваивается Международный стандартный номер - ISBN для текстовых и ISMN для музыкальных произведений. Международные номера ISBN и ISMN однозначно идентифицируют экземпляр, который представляется на депонирование. Номера могут быть использованы Вами при реализации прав и публикации депонируемых экземпляров произведений.
- Базовая стоимость оформления и регистрации авторских прав для авторов 1500 рублей, для правообладателей юридических лиц 2000 руб.

Обращаем внимание, что охрану имени и названия гарантирует [регистрация товарного знака](#).

[Отправить заявку на депонирование](#)

Прошу Вашего разрешения примерно 1-2 раза в месяц присылать важные новости и другую ценную информацию, связанную с Вашими авторскими правами. Если Вам не интересны новости, новые сервисы и возможности для авторов и правообладателей, Вы можете [отписаться от рассылки](#). Ссылка "отписаться" также есть в нижней части каждого нашего письма и если Вы не захотите получать их, сможете отписаться в любой момент.

С уважением,
Руслан Гаврилов
Ведущий рассылки

копирус

Реактивационное ПИСЬМО

- Объяснение предыстории
- Реально полезная информация
- СТА (Call to Action) – призыв к действию
- Запрос разрешения на дальнейшие рассылки
- Демонстративное предложение отписаться
- Почти «без дизайна»

Оценки способов сбора базы

По данным MarketingSherpa, 2011
Email Marketing Benchmark Survey
N=2735



Почему люди подписываются

- Получить новые знания
- Быть ближе к интересному автору
- Заработать или сэкономить деньги
- Спецпредложения
- Последовать за другими
- Экономия времени
- Получить преимущество
- Стать лучше
- Выявить слабые стороны конкурентов
- Найти идеи
- Любопытство
- Перенять чужой опыт

Письма по назначению

- Активация и реактивация
- Новости
- Сторителлинг
- Отзывы (Social Proofs)
- Доводка на события
- Распродажи
- Новинки ассортимента
- Брошенные корзины и напоминания об оплате
- Возвращение покупателей – «интересные товары» и «вместе с этим покупают»
- Обучение
- Исследование, тестирование
- ...

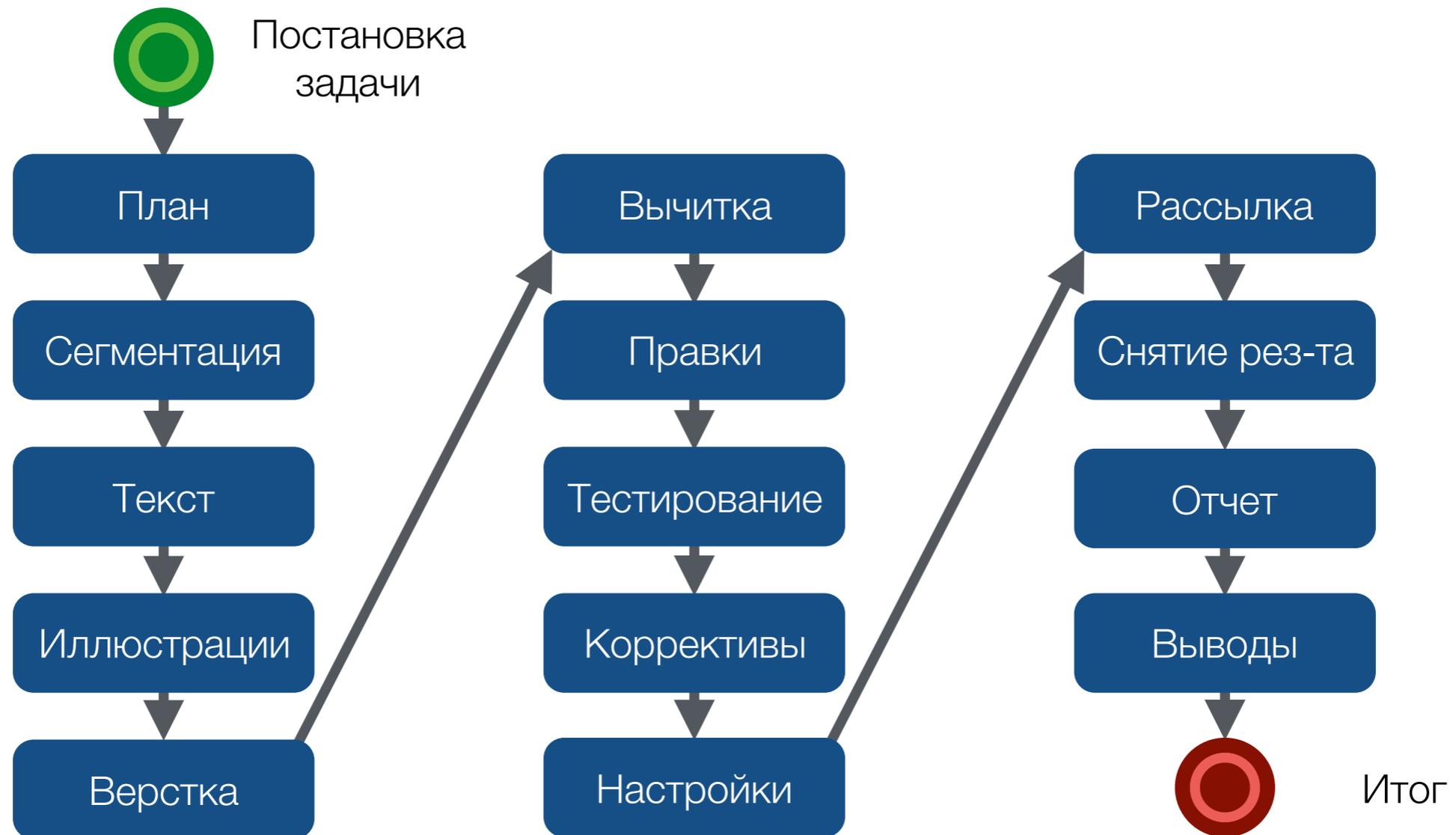
За что вообще отвечает email-маркетинг

- Поддержание прямого контакта
- Качество контактов с аудиторией
- Выполнение целевых действий

КТО ПИШЕТ

- Копирайтер
- Журналист
- Сотрудник
- Первое лицо
- Зависит от:
 - Целей
 - Типов писем
 - Готовности
 - Бюджета
 - Времени

Процесс подготовки рассылки

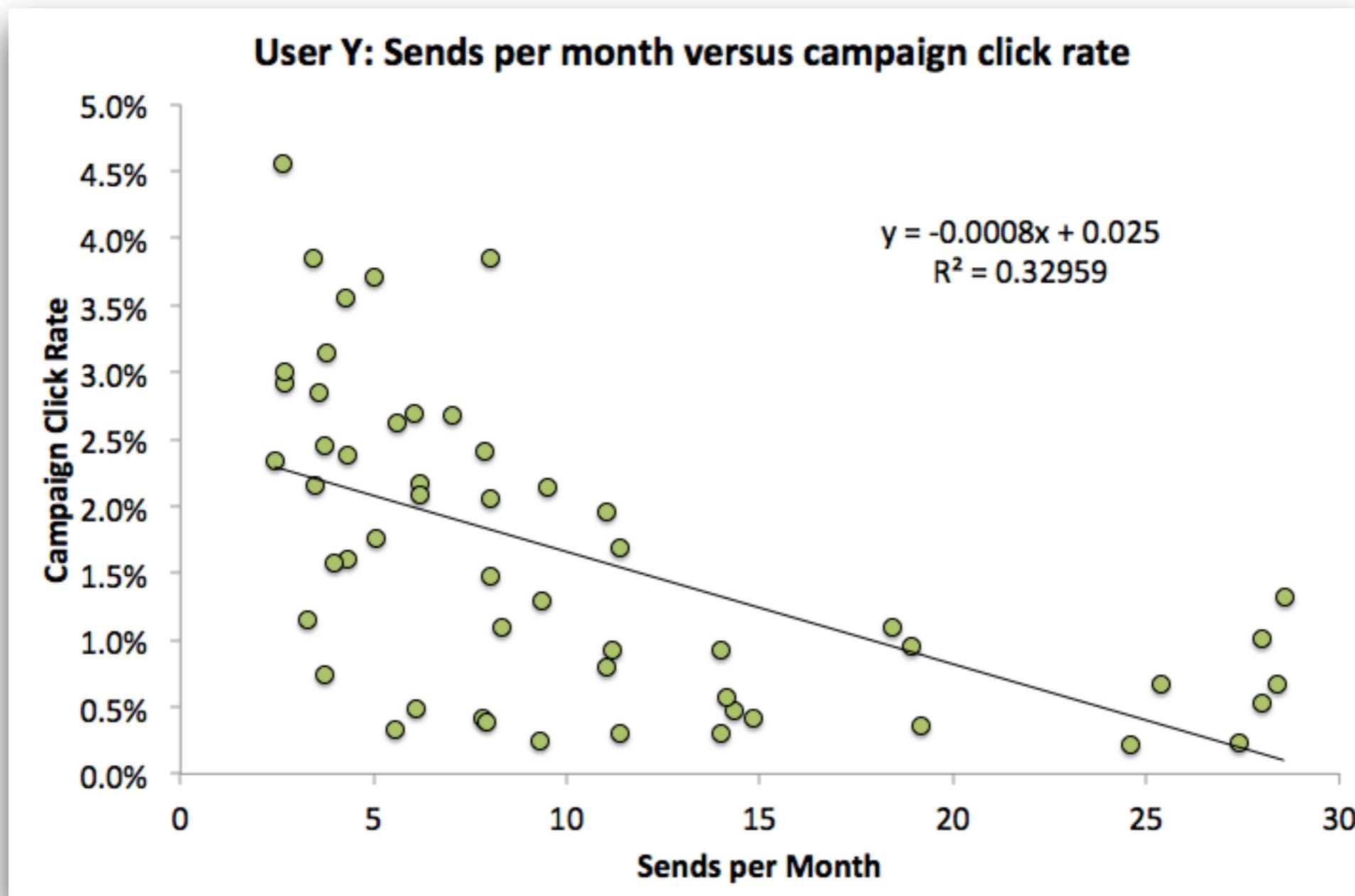


- Обратите внимание на количество ролей в этом процессе
- Озвученные роли есть при любой конфигурации исполнения

Формирование контента

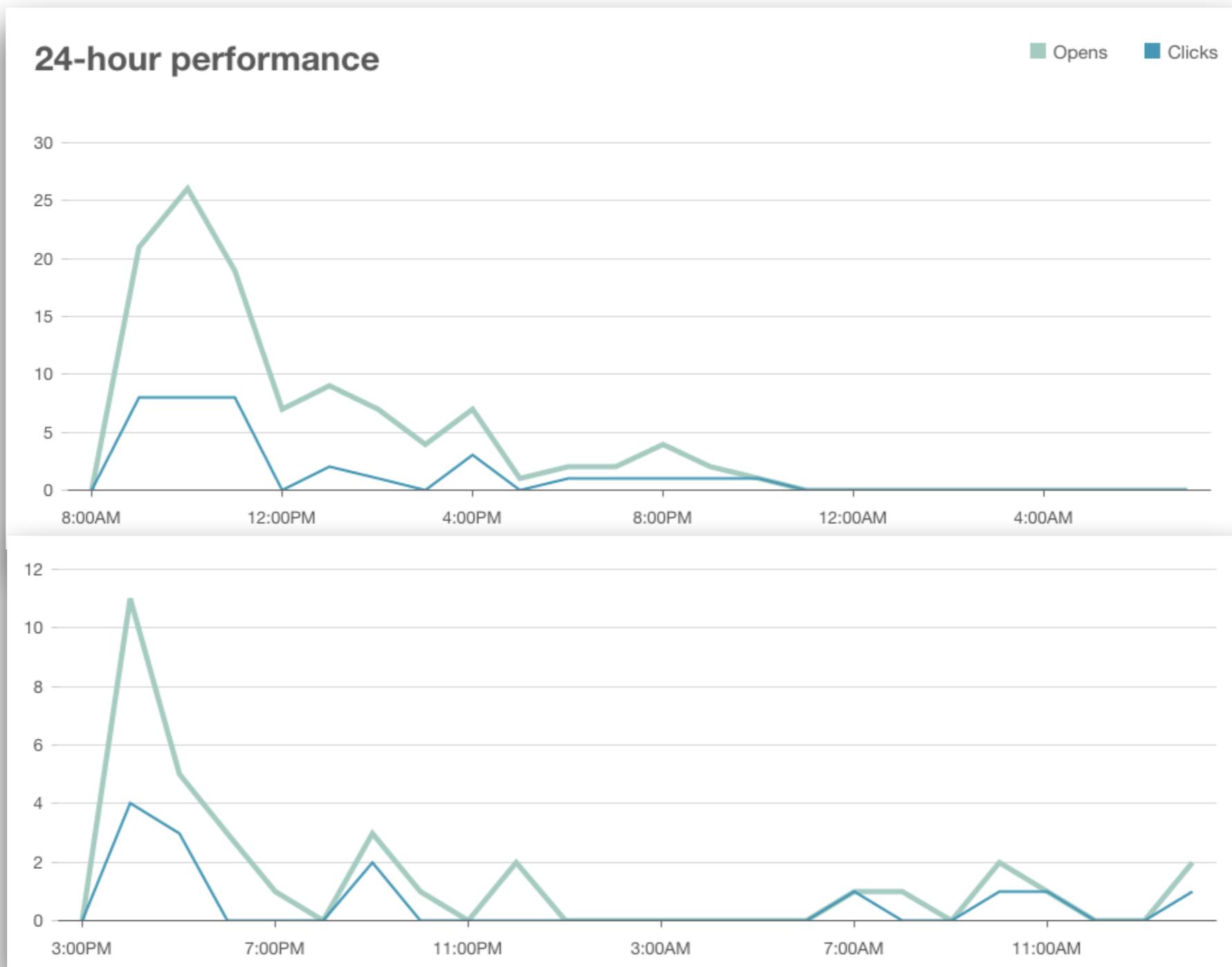
- Кто будет готовить контент?
- Откуда будет браться основа/фактура?
- Нужно ли писать или автоматика решает?
- К чему привязаны рассылка (триггеры)?
Периодичность?
- Какой срок нужен для подготовки контента?
- Нужны ли изображения?
Где их брать?
- Какие целевые действия необходимо учесть?
- Какие макеты писем использовать и где их брать?

Как часто слать



По данным MailChimp

Время для рассылки



MailChimp показывает данные по открытиям и кликам отдельных писем

Стандартные показатели

- Delivery Rate – Доставляемость
- Bounce Rate – Процент отказов доставки
- List Growth – Прирост базы
- Open Rate – Процент открытий
- Click Rate – Кликабельность
- Unsubscribe Rate – Отписки
- Conversion Rate – Целевые действия

Спасибо! Вопросы?



@korchenkov