

**КАК ПОСТРОИТЬ
EMAIL-МАРКЕТИНГ С “0” ЗА 3 МЕСЯЦА
И ДОСТИЧЬ ВЫДАЮЩИХСЯ РЕЗУЛЬТАТОВ**



БОНУС ДЛЯ ПРОФЕССИОНАЛОВ В EMAIL-МАРКЕТИНГЕ:

КАК ПОВЫСИТЬ ВЫДАЮЩИЕСЯ РЕЗУЛЬТАТЫ

*Юлия Ракова,
Директор по Маркетингу в России
GetResponse*

Презентация для конференции Digital Marketing Week 12-16 декабря 2016 года

5 ФАКТОВ О НАС



1. Самый удобный Email маркетинг в мире
2. Платформа интернет-маркетинга: лендинги, pop-up, опросы, вебинары
3. Потрясающая функция Marketing Automation
4. 350,000 счастливых клиентов в 182 странах
5. Платформа, клиентская поддержка и учебный центр на русском языке



- Интернет-магазин
- Продажи часов, сумок, аксессуаров
- **Высокий средний чек**
- **Длительное время на принятие решения о покупке!**

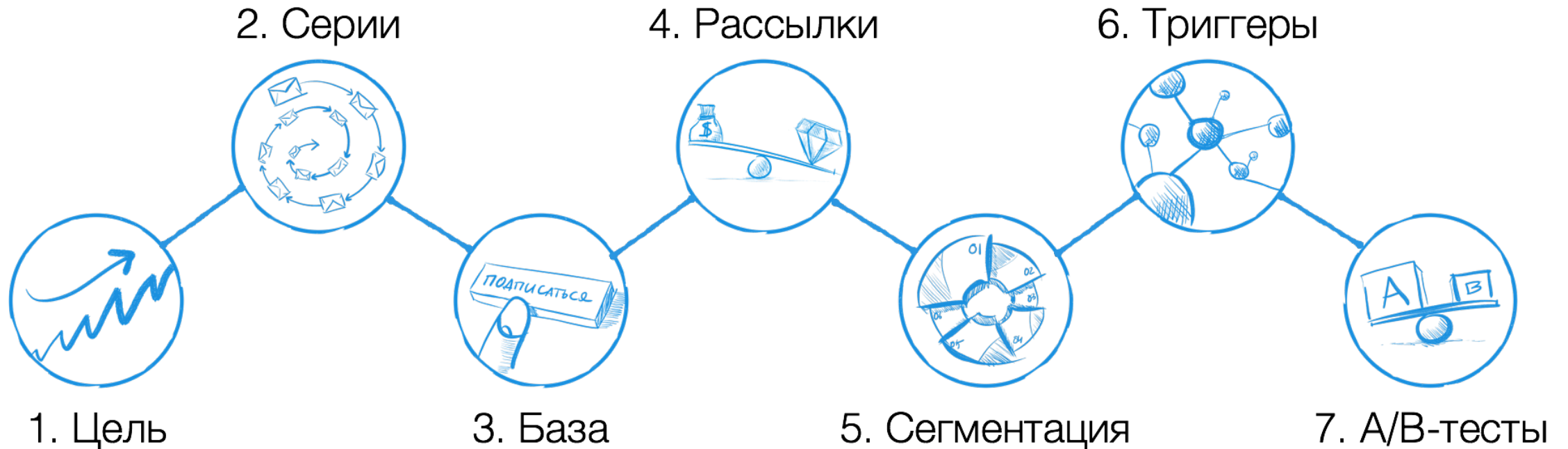
Елена Антипова
Email-маркетолог



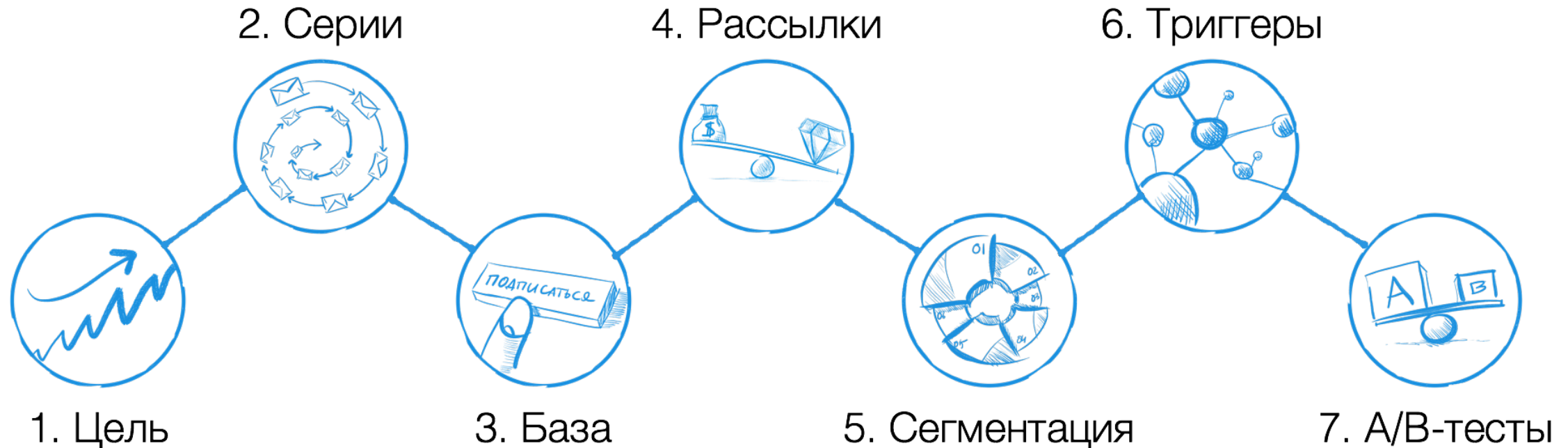
Вопрос:

С чего начинать Елене?

EMAIL МАРКЕТИНГ ЗА 7 ШАГОВ



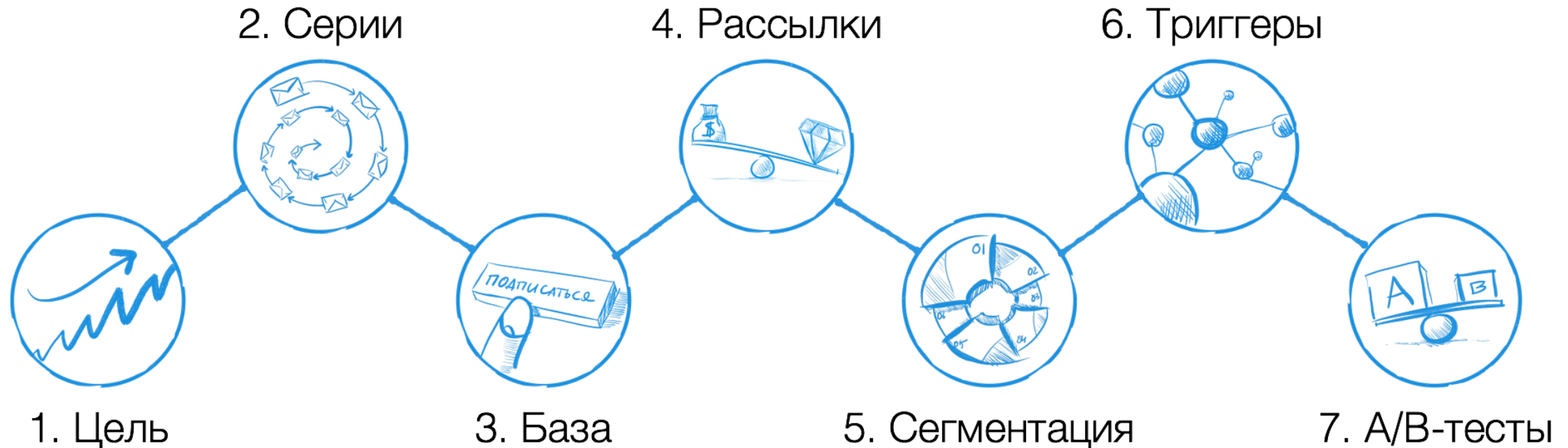
EMAIL МАРКЕТИНГ ЗА 7 ШАГОВ



ДОВЕРИЕ!

EMAIL МАРКЕТИНГ ЗА 7 ШАГОВ

Welcome



ДОВЕРИЕ!

EMAIL МАРКЕТИНГ ЗА 7 ШАГОВ

Welcome

2. Серии

4. Рассылки

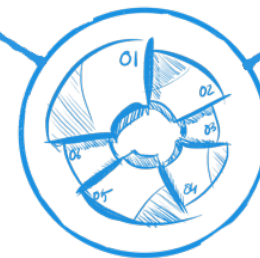
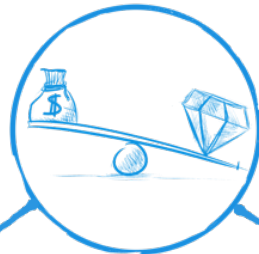
6. Триггеры



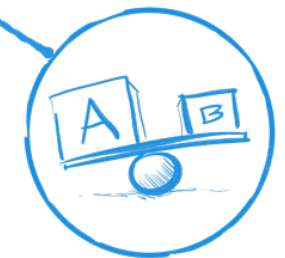
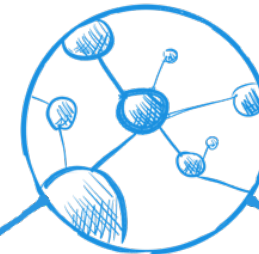
1. Цель



3. База



5. Сегментация



7. A/B-тесты

ДОВЕРИЕ!

Сбор

EMAIL МАРКЕТИНГ ЗА 7 ШАГОВ

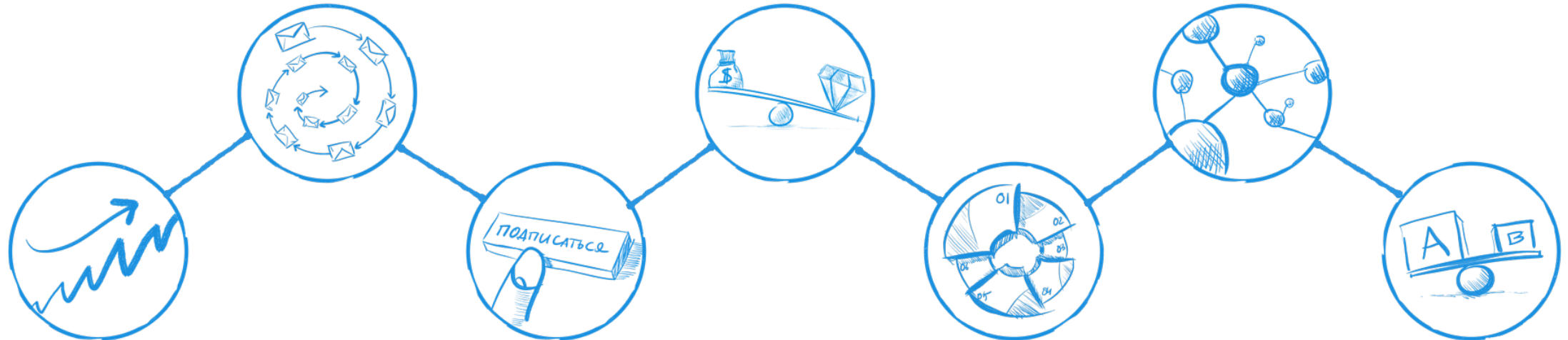
Welcome

Элементы

2. Серии

4. Рассылки

6. Триггеры



1. Цель

3. База

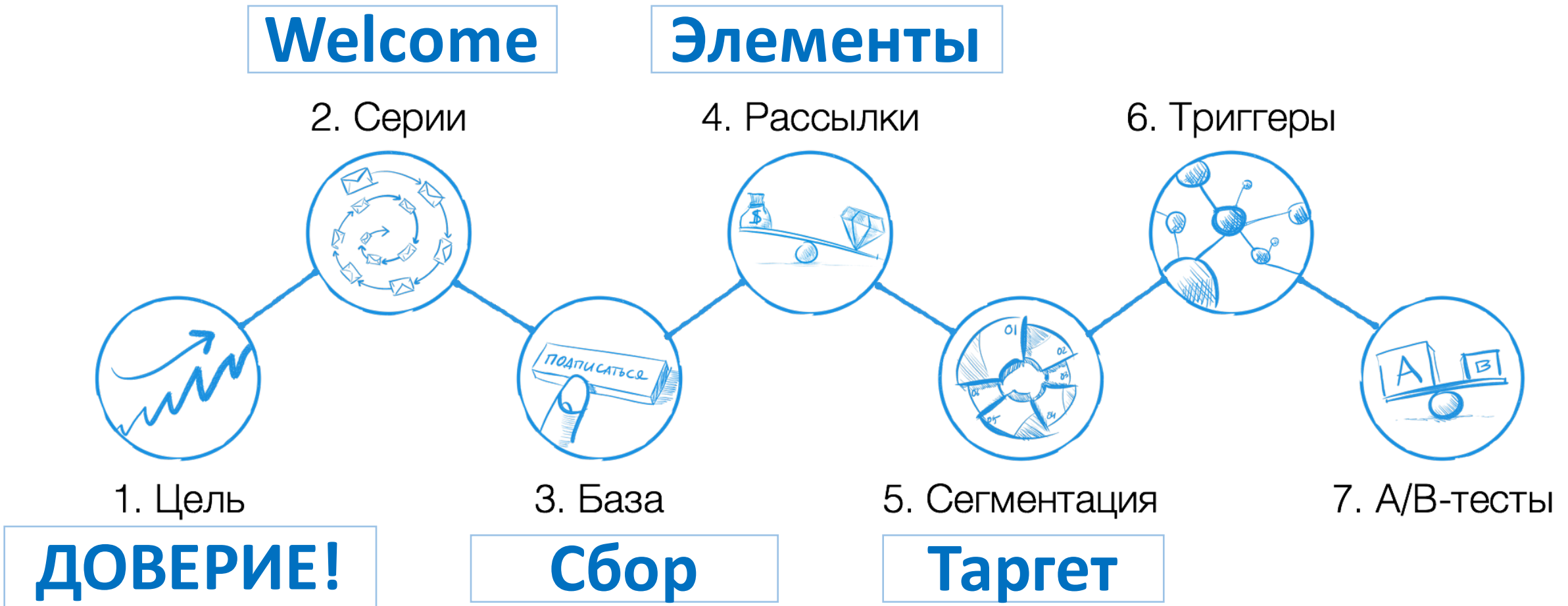
5. Сегментация

7. A/B-тесты

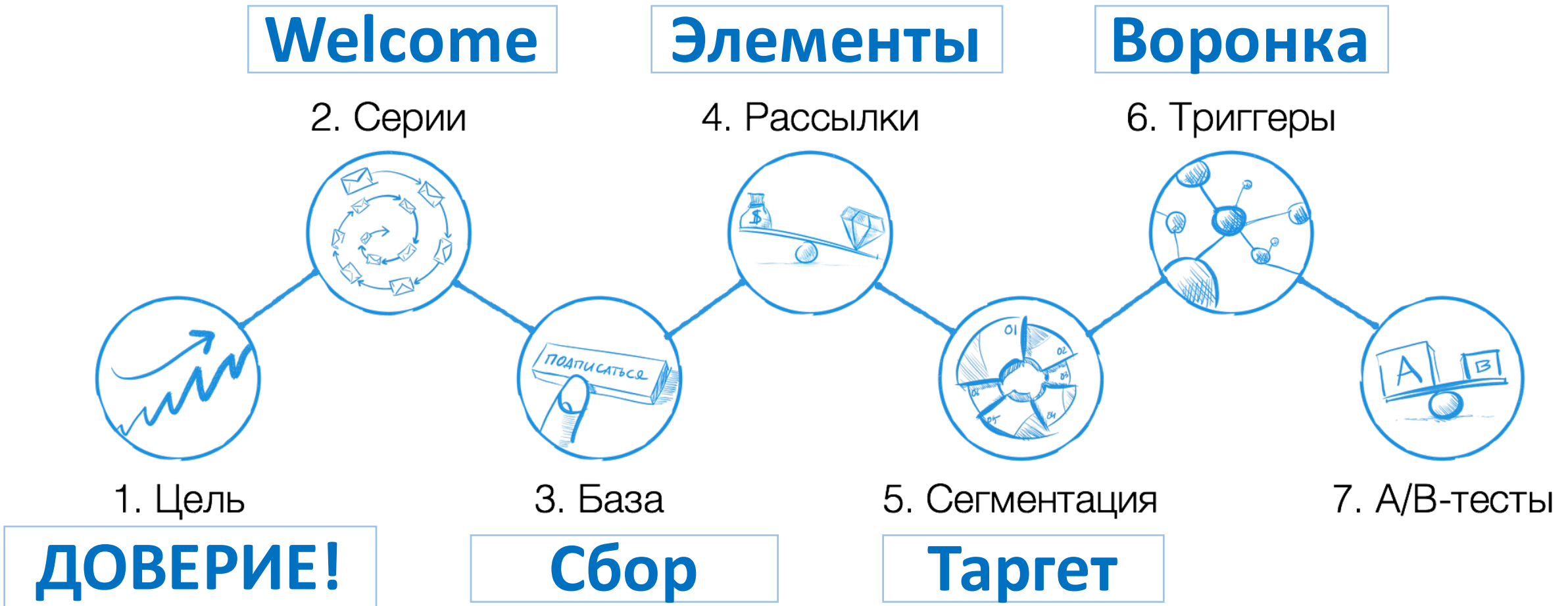
ДОВЕРИЕ!

Сбор

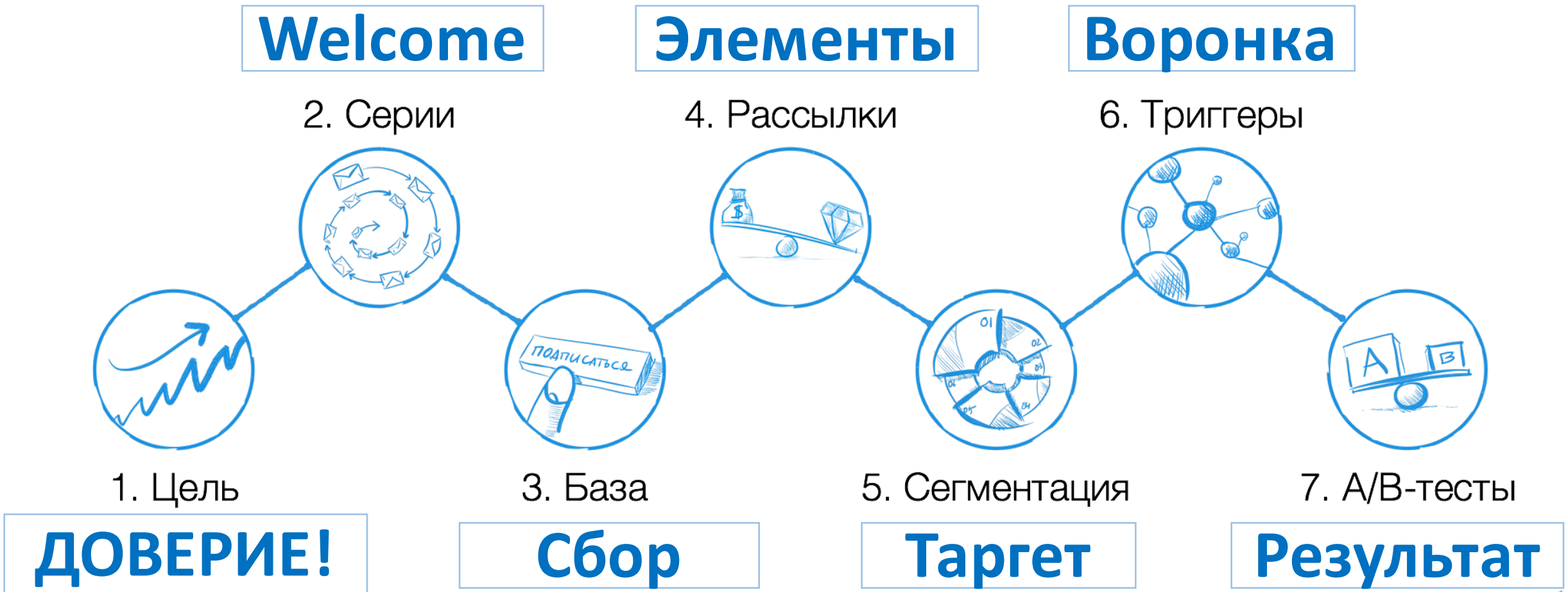
EMAIL МАРКЕТИНГ ЗА 7 ШАГОВ



EMAIL МАРКЕТИНГ ЗА 7 ШАГОВ



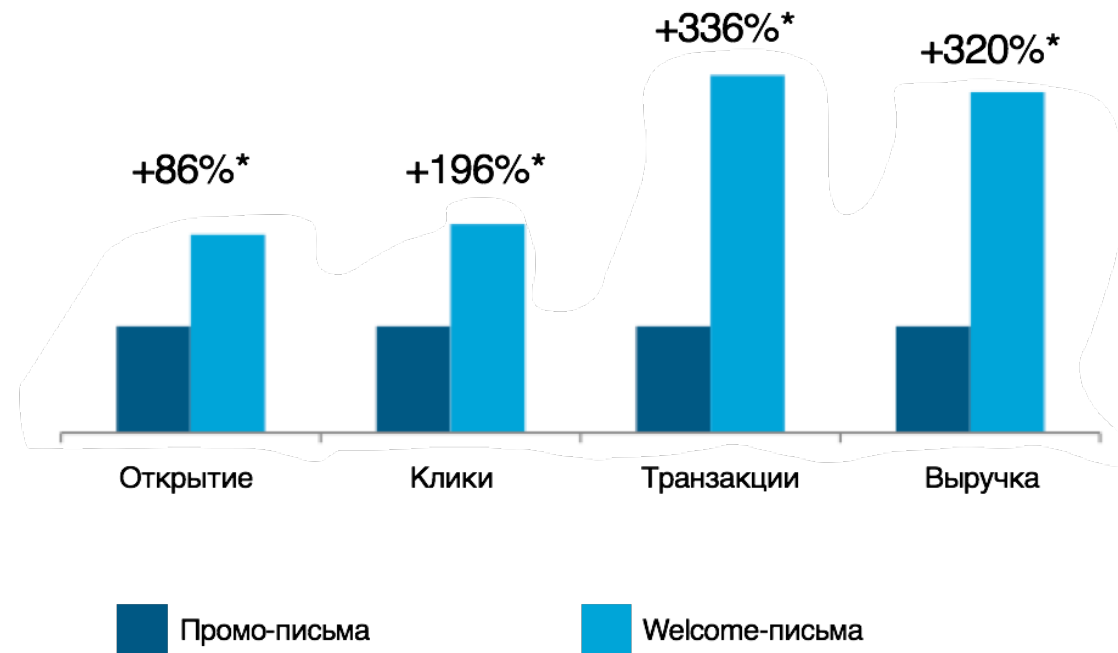
EMAIL МАРКЕТИНГ ЗА 7 ШАГОВ



Welcome-письма просматривают больше

в 3 раза

Транзакции и выручка каждого письма по сравнению с рекламной рассылкой



*по сравнению с промо-письмами

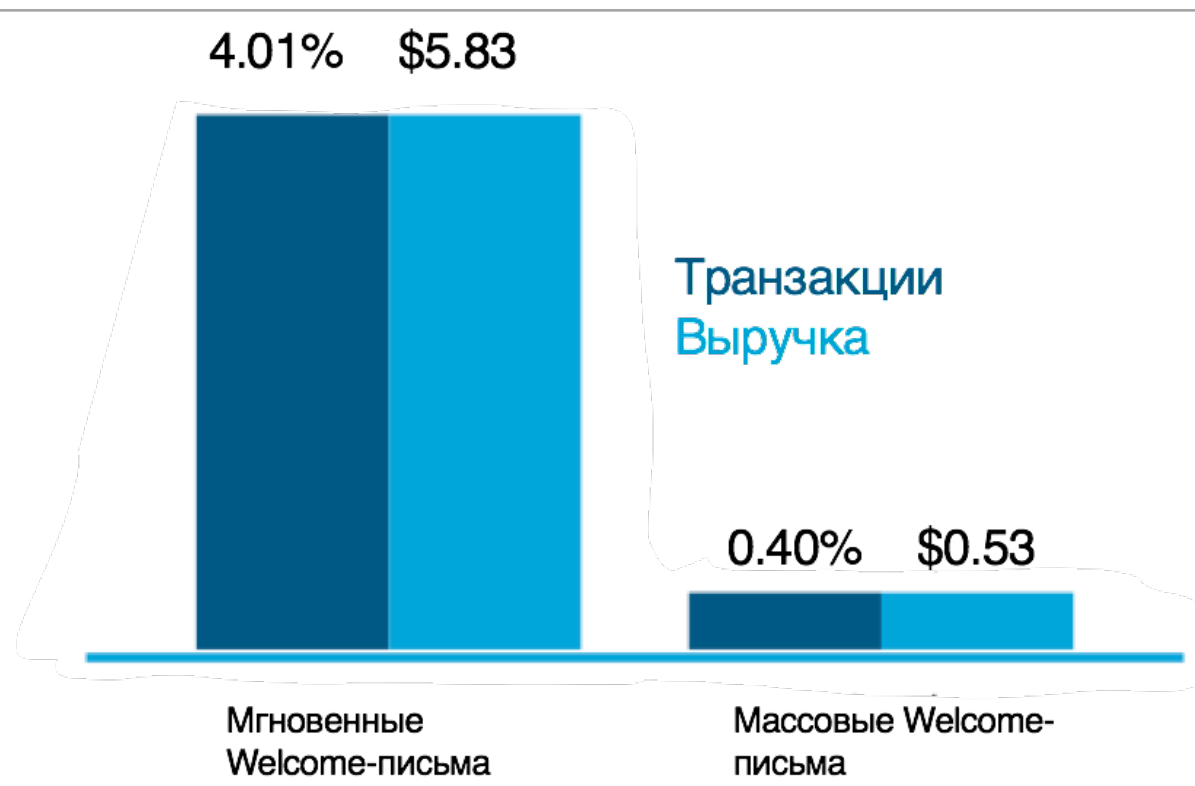
Источник: Experian Marketing Services

ВЫРУЧКА В 10 РАЗ БОЛЬШЕ!

Real-time Welcome-письма
просматривают больше

в 10 раз

по сравнению с отправкой welcome-
писем с задержкой



WELCOME СЕРИЯ В REAL TIME:

В 30 РАЗ БОЛЬШЕ ВЫРУЧКИ,

ЧЕМ ОТ ОБЫЧНОЙ ПРОМО РАССЫЛКИ!

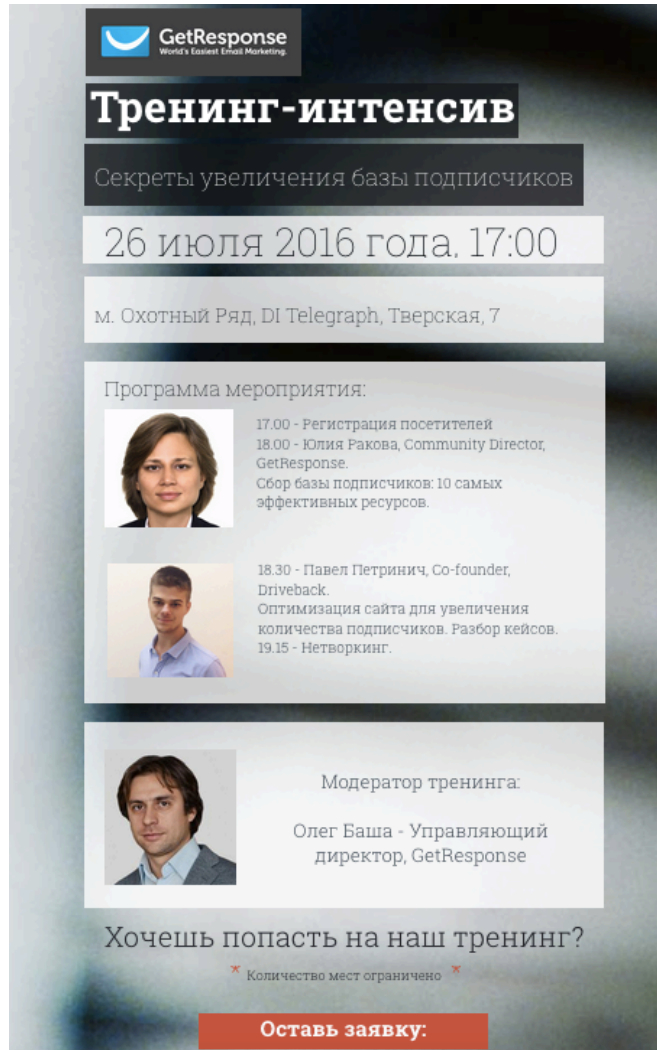
ЧЕК-ЛИСТ: 10 ВАЖНЫХ ФАКТОРОВ WELCOME – ЦЕПОЧКИ

1. Автор рассылки (например, генеральный директор, эксперт и пр.)
2. Бонус: подарок, полезный контент, скидка
3. Описание вашего бизнеса
4. Описание того, что будет в рассылке
5. Ваши преимущества: например, участие в программе лояльности

ЧЕК-ЛИСТ: 10 ВАЖНЫХ ФАКТОРОВ WELCOME – ЦЕПОЧКИ

1. Автор рассылки (например, генеральный директор, эксперт и пр.)
2. Бонус: подарок, полезный контент, скидка
3. Описание вашего бизнеса
4. Описание того, что будет в рассылке
5. Ваши преимущества: например, участие в программе лояльности
6. Отзывы о вашем бизнесе, вашем продукте или услугах
7. Интересные истории
8. Полезное описание продукции
9. Личная подпись директора
10. Наличие ссылок (социальные сети, блог, сайт, мобильные приложения)

СБОР БАЗЫ ПОДПИСЧИКОВ: МЕХАНИКА



GetResponse
World's Easiest Email Marketing

Тренинг-интенсив

Секреты увеличения базы подписчиков

26 июля 2016 года, 17:00

м. Охотный Ряд, DI Telegraph, Тверская, 7

Программа мероприятия:

- 17.00 - Регистрация посетителей
- 18.00 - Юлия Ракова, Community Director, GetResponse.
Сбор базы подписчиков: 10 самых эффективных ресурсов.
- 18.30 - Павел Петринич, Co-founder, Driveback.
Оптимизация сайта для увеличения количества подписчиков. Разбор кейсов.
- 19.15 - Нетворкинг.

Модератор тренинга:
Олег Баша - Управляющий директор, GetResponse

Хочешь попасть на наш тренинг?
* Количество мест ограничено *

Оставь заявку:

- ЛЕНДИНГ
- ФОРМА ПОДПИСКИ
- СБОР КОНТАКТОВ
- EMAIL – РАССЫЛКИ

КО-МАРКЕТИНГ!

ЧЕК-ЛИСТ: 10 РЕСУРСОВ ДЛЯ СБОРА БАЗЫ

1. Сайт
2. Целевая (посадочная) страница
3. Социальные сети
4. Блог
5. Видео

ЧЕК-ЛИСТ: 10 РЕСУРСОВ ДЛЯ СБОРА БАЗЫ

1. Сайт
2. Целевая (посадочная) страница
3. Социальные сети
4. Блог
5. Видео
6. Мероприятия оффлайн
7. Публичные выступления и образовательные курсы
8. Партнерский маркетинг (совместные рассылки, образовательные курсы, вебинары)
9. Лидеры мнений (influencer marketing)
10. Онлайн мероприятия: вебинары и онлайн-конференции

1. Сайт
2. Целевая (посадочная) страница
3. Социальные сети
4. Блог
5. Видео
6. Мероприятия оффлайн
7. Публичные выступления и образовательные курсы
8. Партнерский маркетинг (совместные рассылки, образовательные курсы, вебинары)
9. Лидеры мнений (influencer marketing)
10. Онлайн мероприятия: вебинары и онлайн-конференции

**ФОРМА СБОРА
КОНТАКТОВ
(ВЕБ-ФОРМА, POP-UP):
ЦЕННОСТЬ ЗА КОНТАКТЫ**



ВЕБ-ФОРМЫ (ФОРМЫ ПОДПИСКИ)

Веб форма (download ebook)

Please fill out the form below

First Name:	<input type="text" value="Julia"/>
Last Name:	<input type="text" value="Rakova"/>
Email:	<input type="text" value="julia.rakova@getresponse.ru"/>
Company:	<input type="text" value="GetResponse"/>
Mobile Phone:	<input type="text" value="+79686814881"/>
Select industry:	<input type="text" value="Select industry"/>
Job:	<input type="text"/>

POP UP окно при смещении фокуса

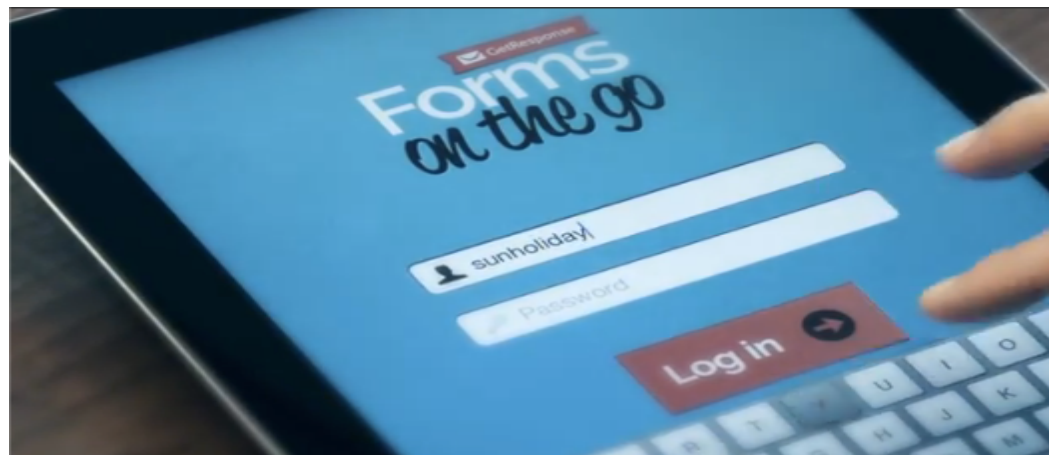
Новости онлайн маркетинга

БУДЬТЕ ВПЕРЕДИ РЫНКА:

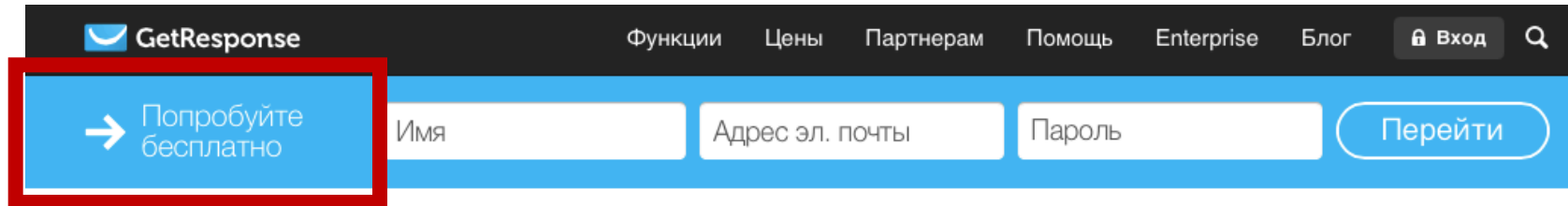
- EMAIL МАРКЕТИНГ**
Лучшие тактики вовлечения подписчиков
- СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ**
Искусство создания ажиотажа в онлайн
- ЦЕЛЕВЫЕ СТРАНИЦЫ**
Новые способы увеличения конверсии
- БЕСПЛАТНЫЕ МАТЕРИАЛЫ**
Инфографика, вебинары, руководства
- НОВОСТИ**
Новые функции и акции GetResponse

Если вы еще не готовы опередить конкурентов, вы можете отписаться в любой момент.

Form on the go: оффлайн мероприятия (90% подтверждений!)



ФОРМА СБОРА КОНТАКТОВ (ВЕБ-ФОРМА) + ПРИЗЫВ К ДЕЙСТВИЮ = УСПЕХ!



Начните Email-маркетинг сегодня!

350 000 клиентов из 182 стран используют GetResponse для увеличения продаж.

- GetResponse ранее использовал форму «Купить сейчас» на главной странице
- Потом мы создали и добавили Призыв к действию: «Попробуйте бесплатно»
- Лид-магнит: 30 дней бесплатного доступа

Результат: количество зарегистрированных пользователей увеличилось на 158,6 %

ВИДЫ РАССЫЛОК

- ✓ Контентные письма,
новости
- ✓ Триггерные письма
- ✓ Продающие
- ✓ Реактивационные

ВИДЫ РАССЫЛОК

- ✓ Контентные письма, новости
- ✓ Триггерные письма
- ✓ Продающие
- ✓ Реактивационные

ПРИВЛЕЧЕНИЕ ВНИМАНИЯ

- ✓ Заголовок (Тема письма)
- ✓ Подзаголовок
- ✓ От кого писать?

EMAIL РАССЫЛКА: 5 КЛЮЧЕВЫХ ЭЛЕМЕНТОВ УСПЕХА

ВИДЫ РАССЫЛОК

- ✓ Контентные письма, новости
- ✓ Триггерные письма
- ✓ Продающие
- ✓ Реактивационные

ПРИВЛЕЧЕНИЕ ВНИМАНИЯ

- ✓ Заголовок (Тема письма)
- ✓ Подзаголовок
- ✓ От кого писать?

КОНТЕНТ

- ✓ 10 видов ценного контента

EMAIL РАССЫЛКА: 5 КЛЮЧЕВЫХ ЭЛЕМЕНТОВ УСПЕХА

ВИДЫ РАССЫЛОК

- ✓ Контентные письма, новости
- ✓ Триггерные письма
- ✓ Продающие
- ✓ Реактивационные

ПРИВЛЕЧЕНИЕ ВНИМАНИЯ

- ✓ Заголовок (Тема письма)
- ✓ Подзаголовок
- ✓ От кого писать?

ДИЗАЙН ПИСЬМА

- ✓ Ссылки
- ✓ Яркие фотографии
- ✓ Призыв к действию
- ✓ Адаптивный дизайн
- ✓ Предпросмотр во входящих

КОНТЕНТ

- ✓ 10 видов ценного контента

ВИДЫ РАССЫЛОК

- ✓ Контентные письма, новости
- ✓ Триггерные письма
- ✓ Продающие
- ✓ Реактивационные

ПРИВЛЕЧЕНИЕ ВНИМАНИЯ

- ✓ Заголовок (Тема письма)
- ✓ Подзаголовок
- ✓ От кого писать?

ДИЗАЙН ПИСЬМА

- ✓ Ссылки
- ✓ Яркие фотографии
- ✓ Призыв к действию
- ✓ Адаптивный дизайн
- ✓ Предпросмотр во входящих

КОНТЕНТ

- ✓ 10 видов ценного контента

ВРЕМЯ ОТПРАВКИ

- ✓ Идеальное время
- ✓ Глобальный просмотр

EMAIL РАССЫЛКА: 5 КЛЮЧЕВЫХ ЭЛЕМЕНТОВ УСПЕХА

ВИДЫ РАССЫЛОК

- ✓ Контентные письма, новости
- ✓ Триггерные письма
- ✓ Продающие
- ✓ Реактивационные

ПРИВЛЕЧЕНИЕ ВНИМАНИЯ

- ✓ Заголовок (Тема письма)
- ✓ Подзаголовок
- ✓ От кого писать?

ДИЗАЙН ПИСЬМА

- ✓ Ссылки
- ✓ Яркие фотографии
- ✓ Призыв к действию
- ✓ Адаптивный дизайн
- ✓ Предпросмотр во входящих

<https://www.getresponse.ru>

А/В ТЕСТЫ!

КОНТЕНТ

- ✓ 10 видов ценного контента

ВРЕМЯ ОТПРАВКИ

- ✓ Идеальное время
- ✓ Глобальный просмотр

ЧЕК-ЛИСТ: 10 ВИДОВ ЦЕННОГО КОНТЕНТА

1. **АВТОРИТЕТ:** через обучение, почему мне нужно верить, свой статус
2. **ОЖИДАНИЕ:** coming soon
3. **ДОКАЗАТЕЛЬСТВО:** почему продукт работает
4. **ОБЩЕНИЕ:** вопросы подписчиков
5. **НЕОЖИДАННЫЙ СЮРПРИЗ:** ценный подарок, именно для вас



ЧЕК-ЛИСТ: 10 ВИДОВ ЦЕННОГО КОНТЕНТА

1. **АВТОРИТЕТ:** через обучение, почему мне нужно верить, свой статус
2. **ОЖИДАНИЕ:** coming soon
3. **ДОКАЗАТЕЛЬСТВО:** почему продукт работает
4. **ОБЩЕНИЕ:** вопросы подписчиков
5. **НЕОЖИДАННЫЙ СЮРПРИЗ:** ценный подарок, именно для вас
6. **СИМПАТИЯ:** Люди покупают у тех, кто им нравится
7. **КОНКУРЕНЦИЯ:** люди должны соревноваться за что-то, эксклюзивность
8. **ПОПРОБУЙ БЕСПЛАТНО**
9. **УПРОЩЕНИЕ:** как сделать проще
10. **ИССЛЕДОВАНИЯ:** магия цифр (99,24% лучше, чем 99%)



5% = 90%

5% подписчиков дают 90% продаж

- **ЗНАЙТЕ И БЕРЕГИТЕ СВОИХ САМЫХ ЛОЯЛЬНЫХ ПОДПИСЧИКОВ**
 - **РЕАКТИВИРУЙТЕ НЕАКТИВНЫХ**
 - **ПЕРСОНАЛИЗИРУЙТЕ ВАШИ РАССЫЛКИ**

1. ПОЛ
2. ВОЗРАСТ
3. ГЕО

1. ПОЛ
2. ВОЗРАСТ
3. ГЕО
4. НЕ ПОКУПАЛИ
5. ПОКУПАЛИ ХОТЯ БЫ РАЗ
6. ИСТОРИЯ ПОКУПОК
7. RFM (давность, частота и объем покупок)

1. ПОЛ
2. ВОЗРАСТ
3. ГЕО
4. НЕ ПОКУПАЛИ
5. ПОКУПАЛИ ХОТЯ БЫ РАЗ
6. ИСТОРИЯ ПОКУПОК
7. RFM (давность, частота и объем покупок)
8. НОВЫЕ ПОДПИСЧИКИ
9. АКТИВНЫЕ ПОДПИСЧИКИ (читают, кликают)
10. НЕАКТИВНЫЕ ПОДПИСЧИКИ (не читают, не кликают)

Система триггеров на основе воронки



Пример схемы триггерных писем в зависимости от этапа воронки продаж, на котором остановился посетитель.

<https://www.getresponse.ru>

В GETRESPONSE ЛЕГКО И ПРОСТО НА ОСНОВЕ АВТООТВЕТЧИКОВ

ЧЕК-ЛИСТ: 10 ОСНОВНЫХ ТРИГГЕРОВ

1. КЛИЕНТ ТОЛЬКО ЧТО ПОДПИСАЛСЯ НА ВАШУ РАССЫЛКУ!
2. ОТКРЫЛ ПИСЬМО, ПЕРЕШЕЛ ПО ССЫЛКЕ
3. ОТКРЫЛ ПИСЬМО, НЕ ПЕРЕШЕЛ ПО ССЫЛКЕ
4. НЕ ОТКРЫЛ ПИСЬМО, НЕ ПЕРЕШЕЛ ПО ССЫЛКЕ
5. НЕ РЕАГИРОВАЛ НА ПИСЬМА В ТЕЧЕНИЕ ДЛИТЕЛЬНОГО ВРЕМЕНИ

ЧЕК-ЛИСТ: 10 ОСНОВНЫХ ТРИГГЕРОВ

1. **КЛИЕНТ ТОЛЬКО ЧТО ПОДПИСАЛСЯ НА ВАШУ РАССЫЛКУ!**
2. **ОТКРЫЛ ПИСЬМО, ПЕРЕШЕЛ ПО ССЫЛКЕ**
3. **ОТКРЫЛ ПИСЬМО, НЕ ПЕРЕШЕЛ ПО ССЫЛКЕ**
4. **НЕ ОТКРЫЛ ПИСЬМО, НЕ ПЕРЕШЕЛ ПО ССЫЛКЕ**
5. **НЕ РЕАГИРОВАЛ НА ПИСЬМА В ТЕЧЕНИЕ ДЛИТЕЛЬНОГО ВРЕМЕНИ**
6. **НЕ ЗАВЕРШИЛ: ЗАКАЗ** (Брошенная корзина), **ПРОСМОТР ТОВАРОВ** (Брошенный просмотр)
7. **ПОДПИСКА НА: ТОВАР НЕ В НАЛИЧИИ, НА ИЗМЕНЕНИЕ ЦЕНЫ**
8. **КУПИЛ (НА ТАКУЮ-ТО СУММУ) СТОЛЬКО-ТО ВРЕМЕНИ НАЗАД** – RFM Сегментация
9. **НАПОМИНАНИЕ ОБ ОПЛАТЕ** (Абонентская плата)
10. **КАЛЕНДАРНЫЕ:** Дни Рождения, Праздники и проч.

ПЕРЕДАЮ СЛОВО ЕЛЕНЕ АНТИПОВОЙ



Welcome цепь

Сначала 1-е письмо выглядело так:

Web версия В 2 📧 📱 📺 📷

 **AllTime.Блог**
Советы и секреты о часах

[Перейти в магазин часов alltime.ru »](#)

Здравствуйте!

На связи Юлия Берн, часовой эксперт компании AllTime.ru, крупнейшего в России часового интернет-магазина. Как и было обещано, сегодня я расскажу Вам о том, какие часы лучше – кварцевые или механические. О, знали бы Вы, какие дискуссии затеваются по этому поводу среди часовых фанатов! На самом деле, спорить не о чем: как это часто бывает, каждая сторона права по-своему. Давайте проверим, к какому лагерю относитесь Вы! Считаю факты!

 **ФАКТ №1: Кварц точнее механики.**

Этот маленький робот сводит возможность сбоя к минимуму. Исключение из правил – механические часы с супермеханизмом Spring Drive от Seiko. Эти даже в космос летают!

 **ФАКТ №2: Репутация.**
Механика – показатель высокого статуса.

Кварц – всего лишь показатель времени. Хотя заслуженным брендам вроде **Maurice Lacroix** или **Montblanc** позволительно быть кварцевыми и оставаться при этом в топе.

ФАКТ №3: Красота беззащитна перед натиском стихий и бытовых неурядиц.

Механику носят чуть дыша и боятся за сохранность драгоценного имущества. А кварц неприхотлив. Это, конечно, не значит, что его можно постоянно ронять и топить в морях. Хотя иногда можно – **Casio G-Shock** выдерживает и не такое! Про этот легендарный бренд даже анекдоты сочиняют: японская корпорация Casio взялась отремонтировать часы на Спасской башне. Теперь они играют 16 мелодий и с ними можно нырять на глубину 300 метров!



ФАКТ №4: В пунктуальном кварце нет романтической души.

Зато механика с радостью выворачивает ее наизнанку. В моделях с прозрачными частями корпуса работа сложного механизма видна со всех сторон. Тут, кстати, тоже есть исключение. У кварцевых часов **Bruno Sohne** задняя крышка прозрачная – и там кроме батарейки видна приличная отделка.



ФАКТ №5: Механику надо заводить


Механику надо заводить (даже модели с автоподзаводом, если они долго лежат на полке), а в кварце надо менять батарейку. А вот, например, у Citizen есть технология **Eco-Drive**, благодаря которой не нужно ни то ни другое – часы заряжаются от источника света!

Ну вот, надеюсь, что теперь все встало на свои места! Все часы хороши, а решающую роль играют Ваши личные предпочтения!

С уважением, Юлия Берн,
Часовой эксперт AllTime.ru.
e-mail: happy@alltime.ru

ДОСТАВКА **ГАРАНТИИ** **БЛОГ** **ОПЛАТА** **ОСТАВИТЬ ОТЗЫВ**

Следите за новостями:



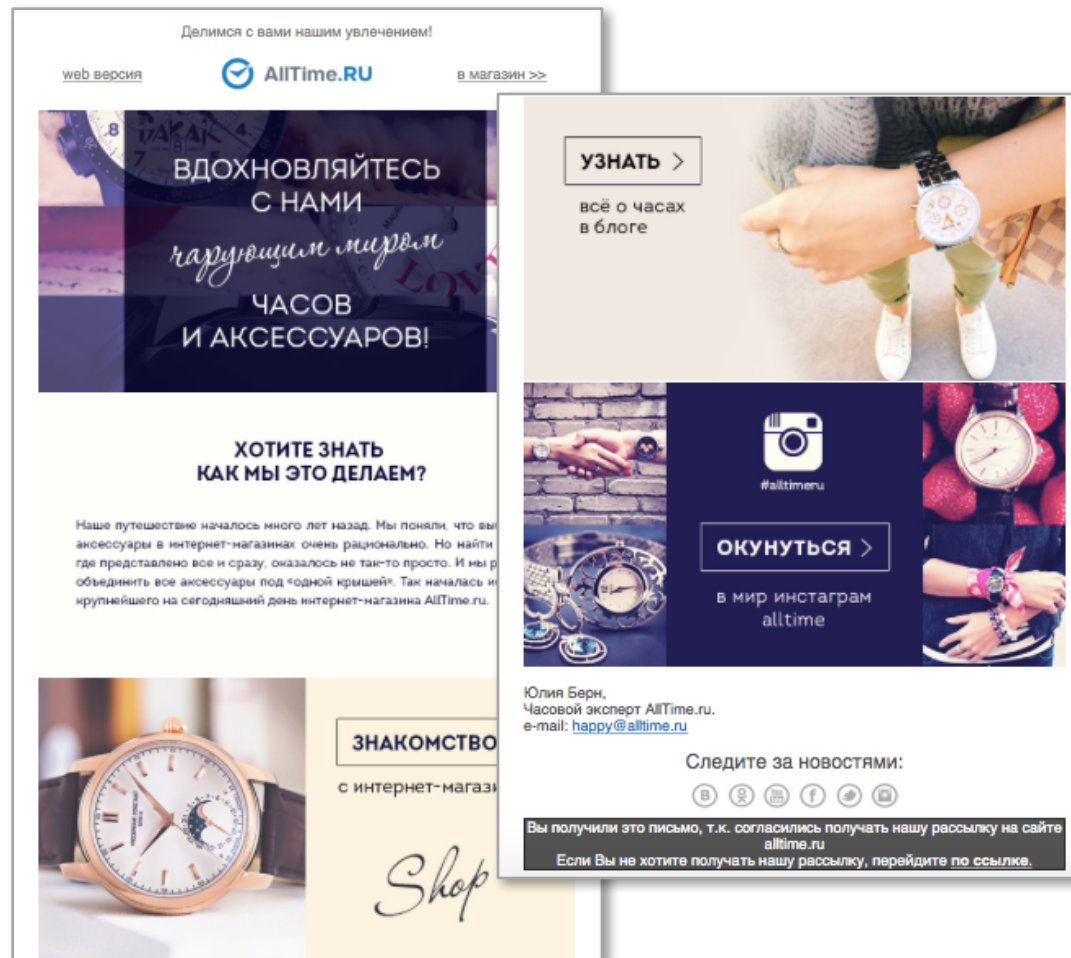
Вы получили это письмо т.к. согласились получать нашу рассылку на сайте alltime.ru. Если Вы не хотите получать нашу рассылку, перейдите по [ссылке](#).

Welcome цепь

Через год:

ЦЕЛИ:

- сократить цепь до 3 писем
- изменить подачу материала
- изменить дизайн писем



ПРОФИТ:

2 месяца работы цепочки из **НЕПРОДАЮЩИХ** писем
= 1 год работы старой цепочки!

АЛГОРИТМ ДЕЙСТВИЙ:

1. Понравьтесь подписчику в первом письме
2. Сохраняйте интригу
3. Плавное подводите к покупке
4. Не кричите ему "КУПИ!"
5. Дайте возможность получателю письма принять решение о покупке самостоятельно

ТОП 5 СЕКРЕТОВ УСПЕХА ОТ ALLTIME.RU И ЕЛЕНА АНТИПОВОЙ: *WELCOME ЦЕПОЧКА*



1. Своевременность отправки: 30 минут после получения контакта
2. Тема, должна быть оригинальной, но не эпатажной, так как это ваше первое взаимодействие с клиентом
3. Контент интригующим, чтобы получатель ждал от вас следующего письма
4. Дизайн легким, вовлекающим в вашу игру
5. Не делайте агрессивных лозунгов типа "купи" или "посмотри"

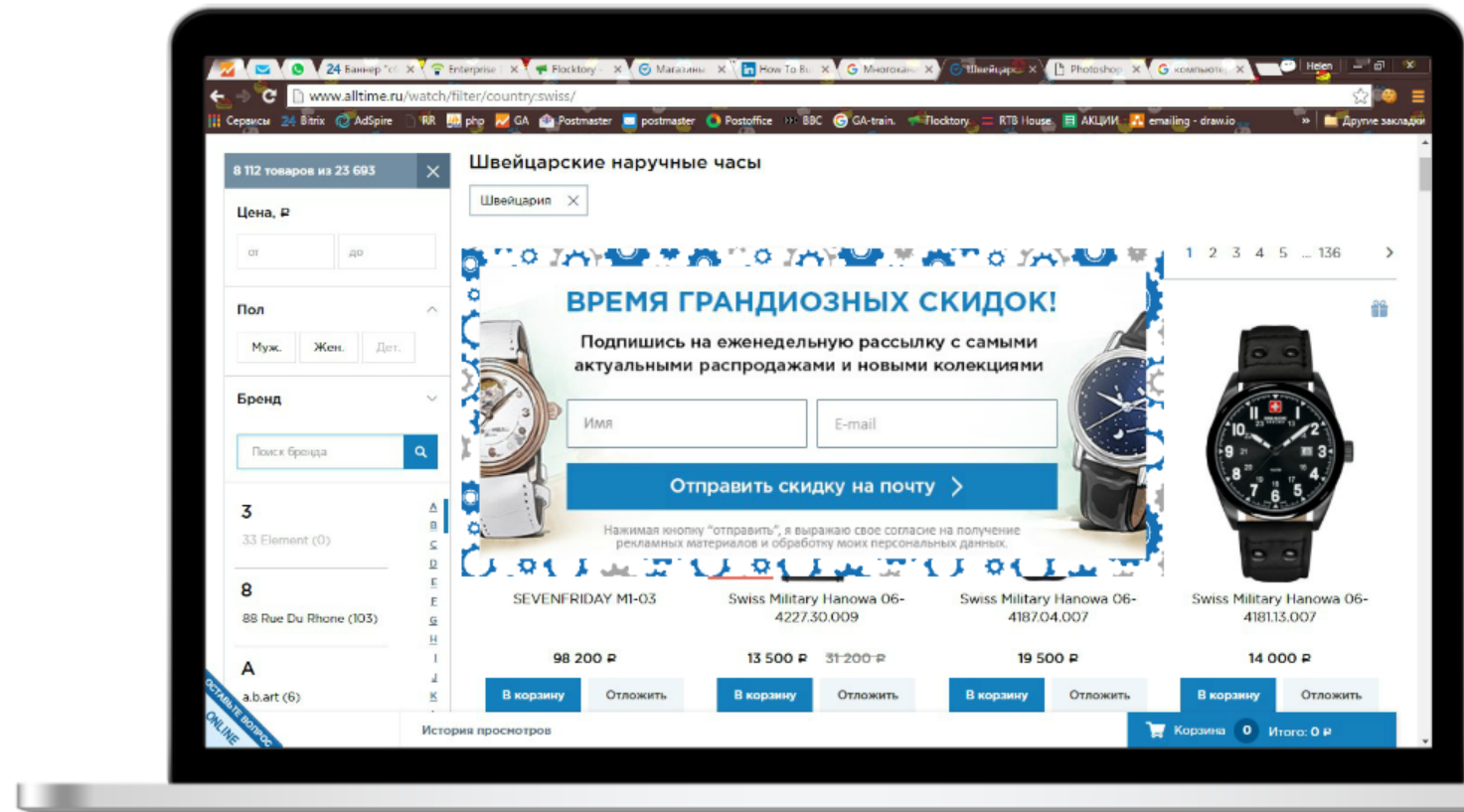
Сбор базы

Цель:

- расширить аудиторию, с помощью формы сбора емейлов (pop-up), которая появляется при покидании сайта.
- **В первый месяц работы нам удалось собрать 1000 адресов**

Где собираем:

- ✓ при покидании страницы сайта
- ✓ в блоге
- ✓ на странице оформления заказа



Рассылки: дизайн и контент писем

«Только для ценителей хронографов»

- броский заголовок (эксклюзивность!)
- контент адаптирован под рассылку
- легкий читабельный дизайн с эффектными фотографиями

✓ OR – 31,30%

✓ CR – 9,65%

✓ STOR – 30,83%

Индустрия: OR - 16%, CR - 3%, STOR – 18%



ORIS AUDI SPORT LIMITED EDITION

Сотрудничество команды Audi Sport и производителя часов Oris является достаточно давним и надежным. Но еще более оно укрепилось благодаря победе болида Audi R18 e-tron Quattro в заезде Ле-Ман летом 2014 года, когда часовщики Oris решили сделать гонщикам Audi особый подарок. Им стал хронограф Oris Audi Sport Limited Edition, выпущенный в количестве 2000 моделей.

[подробнее >](#)



MONTBLANC NICOLAS RIEUSSEC

Изящные мужские часы Montblanc Nicolas Rieussec Automatic названы в честь создателя хронографа, мастера Николя Риуссека (Nicolas Rieussec). Черный циферблат можно условно поделить на два сектора. В верхнем – основной циферблат. Справа от него – апертура календаря, слева – индикатор день/ночь. В нижнем секторе размещены счетчики хронографа.

[подробнее >](#)

CHRONOGRAPH AUTOMATIC

Часов с хронографами существует немало, все они хороши по-своему, а какие нравятся вам?

[ЧИТАТЬ В БЛОГЕ >](#)

Часы с хронографом

Часов с хронографами существует немало, все они хороши по-своему. Тем не менее, мы составили список из 5 выдающихся хронографов. Перед тем как перейти к обзору, напомним, что хронограф был придуман для фиксации временных интервалов. Такие часы используются и в спорте, и в повседневной жизни.

ВПЕРЕД К НАШИМ ЭКЗЕМПЛЯРАМ:



VICTORINOX CHRONO CLASSIC 241618

Полностью стальной хронограф, из-за содержания молибдена часы устойчивы к высоким температурам, а также к появлению ржавчины при попадании в хлорированную и морскую воду. Благодаря системе блокировки от произвольного раскрытия браслета часы никогда не спадут с руки!

[подробнее >](#)



ЖЕНСКИЙ ХРОНОГРАФ ASTRON ОТ SEIKO

Легенда. Это потомок самых первых цевковых часов в истории человечества. Это лимитированная серия из 1000 экземпляров, более того, единственные женские Astron. Пус Astron выполнен из титана – легкая прочность, малый вес. Женские Seiko Astron готовы ко всему!

[подробнее >](#)

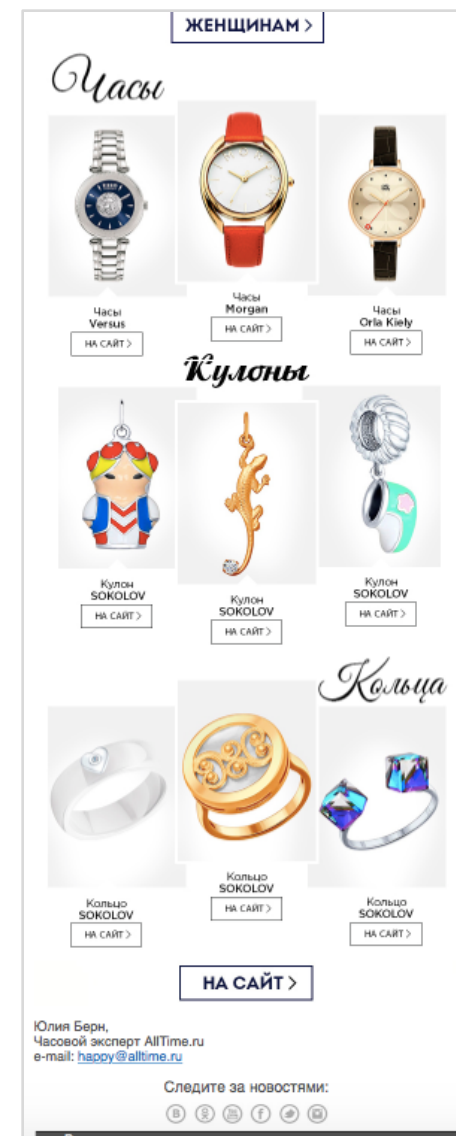
ТОП 5 СЕКРЕТОВ УСПЕХА ОТ ALLTIME.RU И ЕЛЕНА АНТИПОВОЙ: ЭЛЕМЕНТЫ РАССЫЛКИ

«Вдохновение осени: яркие акценты»

1. Таргетирование
2. Вводная часть готовит аудиторию к контенту
3. Легкая подача информации
4. Очевидные кнопки Call to action
5. Подпись нашего эксперта

- ✓ OR - 40,77%
- ✓ CR - 10,34%
- ✓ CTOR - 25,35%
- ✓ Conv.Rate - 2,35%

Индустрия: OR - 16%, CR - 3%, CTOR – 18%



Рассылки продающие

Изучение и работа с БД:

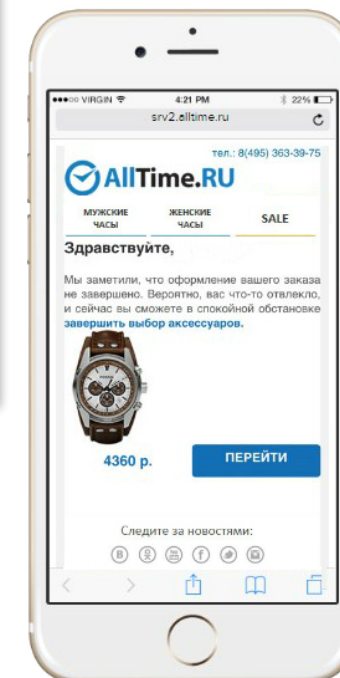
- Ручная сегментация
- Принцип RFM анализа (без частоты покупок)

Тестирование сегментов:

- VIP сегмент: покупатели, которые купили 1-2 месяца назад

Триггерные рассылки:

- Адаптивный дизайн



- ✓ **OR 43,13%**
- ✓ **CR 9,98%**
- ✓ **Conv.Rate 2,30%**

Индустрия: OR - 16%, CR - 3%, CTOР – 18%

Вопрос:

А что после первых 3 месяцев?

Стратегия: 3 ключевых элемента



Цель:
автоматизация процессов для
максимального охвата аудитории.

Результат:
прирост количества продаж на 27%.

Стратегия: 3 ключевых элемента

✓ Триггеры:



Цель:

автоматизация процессов для максимального охвата аудитории.

Результат:

прирост количества продаж на 27%.

✓ Обновление базы подписчиков:

- форма сбора в блоге
- форма сбора при покидании сайта
- сборщик емейлов в корзине

Цель:

прирост адресов не менее 20% в год для обновления базы подписчиков.

Результат:

+1000 email адресов уже в 1-ый месяц

Стратегия: 3 ключевых элемента

✓ Триггеры:



Цель:

автоматизация процессов для максимального охвата аудитории.

Результат:

прирост количества продаж на 27%.

✓ Обновление базы подписчиков:

- форма сбора в блоге
- форма сбора при покидании сайта
- сборщик емейлов в корзине

Цель:

прирост адресов не менее 20% в год для обновления базы подписчиков.

Результат:

+1000 email адресов уже в 1-ый месяц

✓ Разделение контента на:

- новости блога
- продающие рассылки
- информирование

Цель:

таргетированное воздействие на подписчиков для предоставления релевантной сегменту информации.

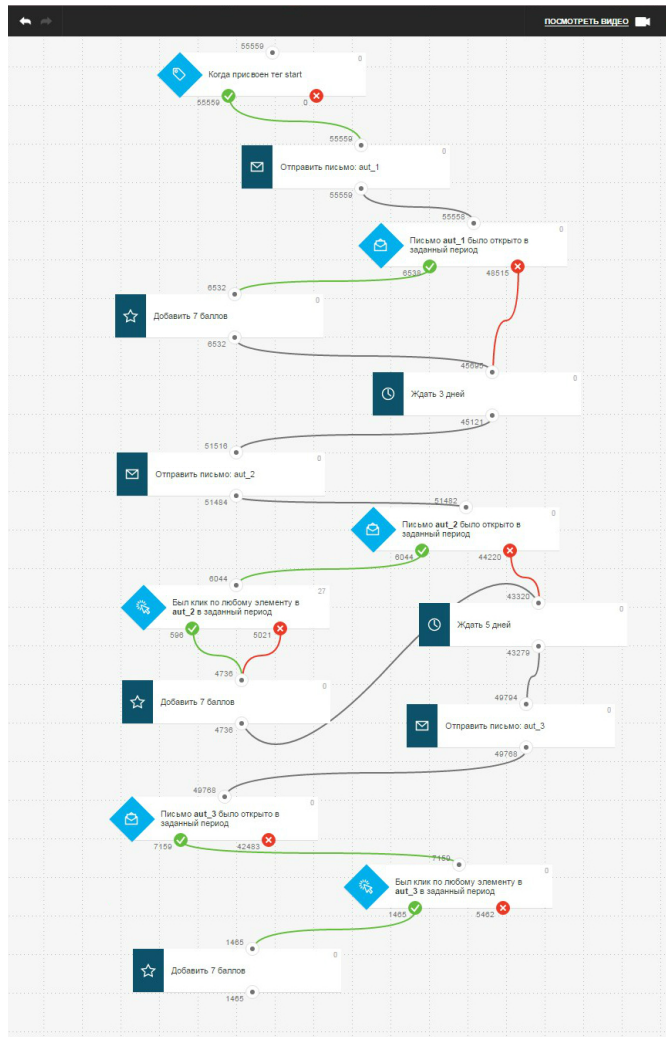
Результат:

увеличение повторных покупок

Вопрос:

Головная боль каждого
Email – маркетолога
(кроме спама)?

<https://www.getresponse.ru>



РЕАКТИВАЦИЯ

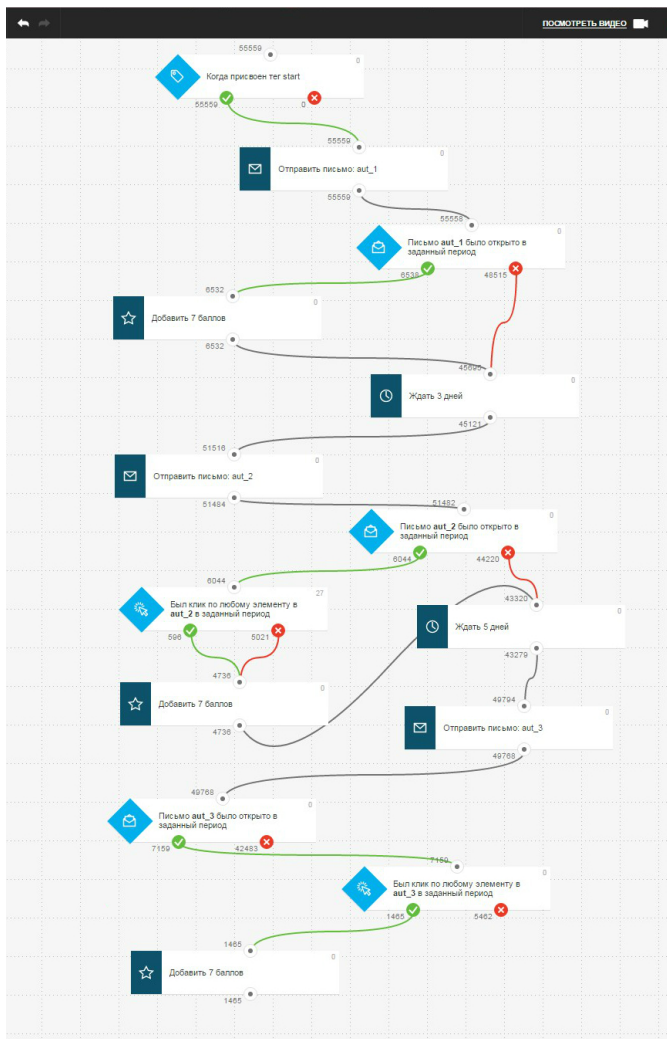
ЦА: Подписчики, которые не покупали более 2 лет

Цель: Вернуть клиентов на сайт и понять, кто из подписчиков открывает письма.

Ожидания:

- ✓ ОР в районе 5-7%
- ✓ Продаж вообще не ожидала

<https://www.getresponse.ru>



РЕАКТИВАЦИЯ

ЦА: Подписчики, которые не покупали более 2 лет

Цель: Вернуть клиентов на сайт и понять, кто из подписчиков открывает письма.

Ожидания:

- ✓ OR в районе 5-7%
- ✓ Продаж вообще не ожидала

Результаты:

- ✓ письмо 1: OR - 15%, CR - 1%, conversion = 1,60%
- ✓ письмо 2: OR - 13%, CR - 1%, conversion = 1,84%
- ✓ письмо 3: OR - 15%, CR - 3%, conversion = 0,92%

ПЕРВАЯ ПРОДАЖА УЖЕ НА СЛЕДУЮЩИЙ ДЕНЬ!

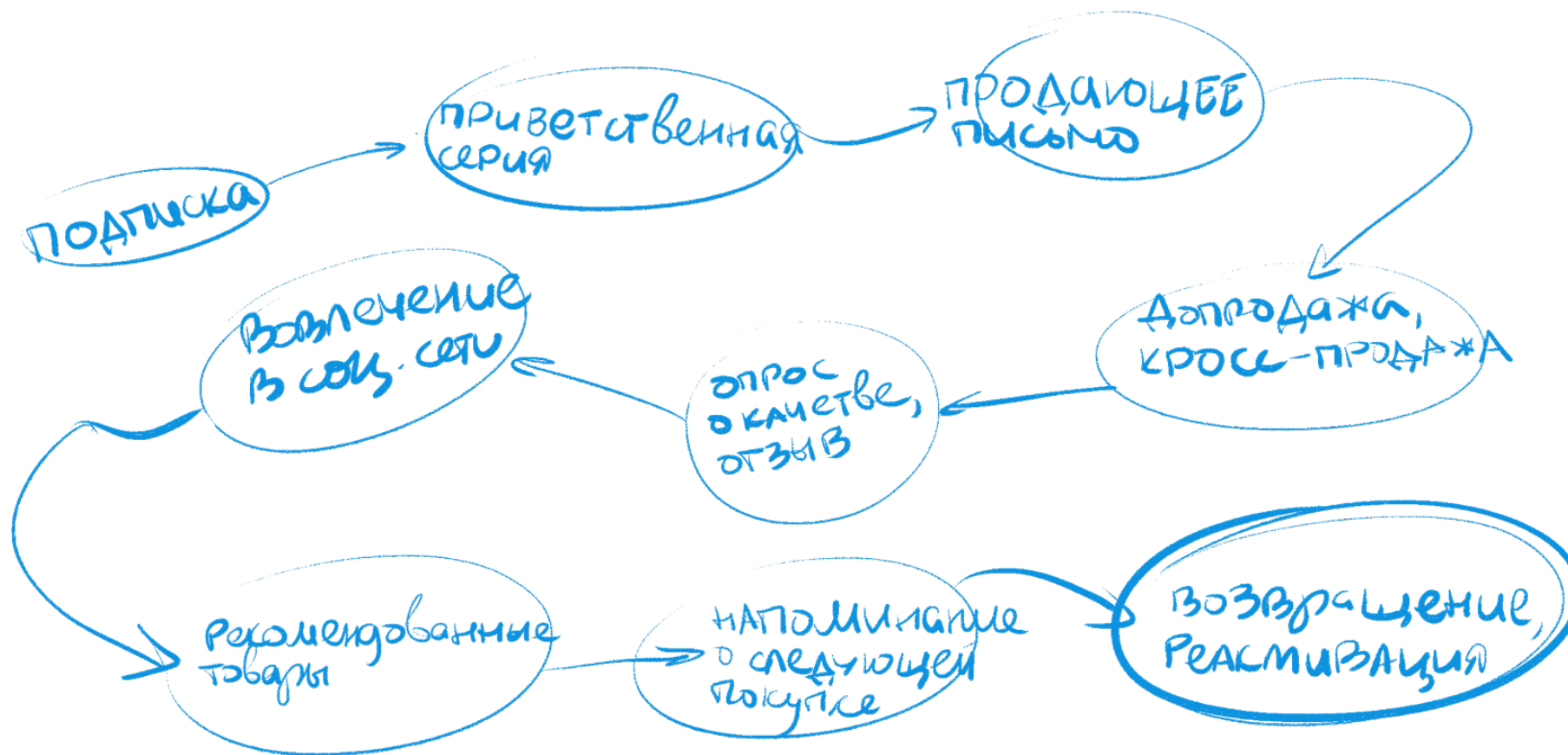
И ЕЛЕНА АНТИПОВОЙ: *АВТОМАТИЗИРУЙТЕ СВОЙ EMAIL-МАРКЕТИНГ*

ПОТОМУ ЧТО MARKETING AUTOMATION ЭТО:

1. Гибкость настроек
2. Легкость управления
3. Внесение корректировок во время работы процесса
4. Выстраивание сложных сценариев за несколько часов
5. Мгновенные результаты!

ЭКОНОМЬТЕ ДЕНЬГИ И ВРЕМЯ, ПОВЫШАЙТЕ РЕЗУЛЬТАТ!

Управление жизненным циклом



УПРАВЛЯЙТЕ ЖИЗНЕННЫМ ЦИКЛОМ ВАШЕГО КЛИЕНТА

- 1. Тестируйте потребности категорий клиентов**
- 2. Играйте на опережение ожиданий вашей аудитории**
- 3. Старайтесь предоставлять релевантный контент.**
Если есть недопонимание, то обучайте, если есть необходимость сопутствующих товаров к совершенной покупке - предложите их!
- 4. Ведите свою аудиторию по запланированному вами сценарию для продления жизненного цикла клиента**
- 5. Установите для каждого сегмента свои микроконверсии.**
Не ждите от всех клиентов одних и тех же действий: даже не из-за соответствия предложения их потребностям, а из-за нахождения сегмента на определенном этапе в цикле

И ЕЛЕНА АНТИПОВОЙ

УСПЕШНЫЙ EMAIL-МАРКЕТИНГ С «0» ЗА 3 МЕСЯЦА

1. Подрядчик, гарантирующий оперативный запуск, имеющий в арсенале сильный функционал и отличную клиентскую поддержку
2. Эффективная сегментация
3. Настройка автоматизированных сценариев как основа ваших отношений
4. Настройка триггерных рассылок
5. Интересные заголовки и увлекательный контент



Я ВЫБРАЛА GetResponse, ПОТОМУ ЧТО:

- Мы смогли:
 - ✓ реализовать автоматизацию процессов рассылок и
 - ✓ настроили триггеры, созданные на основе Автоответчиков
- Работая с коллегами из GetResponse, я всегда знаю, что помощь и консультация в затруднительные моменты будет представлена сиюминутно и очень подробно

РЕЗУЛЬТАТ:

EMAIL-КАНАЛ ЧЕРЕЗ 3 МЕСЯЦА ПРИНОСИЛ 4%

В ДОЛЕ ОБЩИХ ПРОДАЖ! А ЧЕРЕЗ ГОД 14%!

Приглашаем вас стать нашими партнерами!

33% пожизненной комиссии регулярно + обучение



Юлия Ракова
Комьюнити директор
GetResponse Россия

Моб.: +7 968 681 48 81

julia.rakova@getresponse.ru

<https://www.facebook.com/julia.rakova>

GetResponse Россия

www.getresponse.ru

ХОТИТЕ



1. БЕСПЛАТНЫЙ 10-ДНЕВНЫЙ ОНЛАЙН КУРС ПО EMAIL-МАРКЕТИНГУ?

ХОТИТЕ



1. БЕСПЛАТНЫЙ 10-ДНЕВНЫЙ ОНЛАЙН КУРС ПО EMAIL-МАРКЕТИНГУ?

Регистрируйтесь по ссылке и учитесь прямо сейчас: <https://goo.gl/2rNV3o>

ХОТИТЕ



1. БЕСПЛАТНЫЙ 10-ДНЕВНЫЙ ОНЛАЙН КУРС ПО EMAIL-МАРКЕТИНГУ?

Регистрируйтесь по ссылке и учитесь прямо сейчас: <https://goo.gl/2rNV3o>

2. СКИДКУ 20% НА ТАРИФЫ EMAIL, PRO, MAX В GETRESPONSE?

1. БЕСПЛАТНЫЙ 10-ДНЕВНЫЙ ОНЛАЙН КУРС ПО EMAIL-МАРКЕТИНГУ?

Регистрируйтесь по ссылке и учитесь прямо сейчас: <https://goo.gl/2rNV3o>

2. СКИДКУ 20% НА ТАРИФЫ EMAIL, PRO, MAX В GETRESPONSE?

Скидка действует до 30 декабря 2016 года. Активируйте по ссылке:

<https://goo.gl/RaqEwc>

1. БЕСПЛАТНЫЙ 10-ДНЕВНЫЙ ОНЛАЙН КУРС ПО EMAIL-МАРКЕТИНГУ?

Регистрируйтесь по ссылке и учитесь прямо сейчас: <https://goo.gl/2rNV3o>

2. СКИДКУ 20% НА ТАРИФЫ EMAIL, PRO, MAX В GETRESPONSE?

Скидка действует до 30 декабря 2016 года. Активируйте по ссылке:

<https://goo.gl/RaqEwc>

3. РЕКОМЕНДАЦИЮ ЕЛЕНА ПО ПЕРВИЧНОЙ НАСТРОЙКЕ EMAIL-МАРКЕТИНГА?

1. БЕСПЛАТНЫЙ 10-ДНЕВНЫЙ ОНЛАЙН КУРС ПО EMAIL-МАРКЕТИНГУ?

Регистрируйтесь по ссылке и учитесь прямо сейчас: <https://goo.gl/2rNV3o>

2. СКИДКУ 20% НА ТАРИФЫ EMAIL, PRO, MAX В GETRESPONSE?

Скидка действует до 30 декабря 2016 года. Активируйте по ссылке:

<https://goo.gl/RaqEwc>

3. БЕСПЛАТНУЮ КОНСУЛЬТАЦИЮ ЕЛЕНА ПО ПЕРВИЧНОЙ НАСТРОЙКЕ EMAIL-МАРКЕТИНГА?

Регистрируйтесь по ссылке <https://goo.gl/UHaKxU> : Заполните форму «Попробуйте бесплатно», активируйте ваш аккаунт в GetResponse до 18 декабря 2016 включительно и звоните/отправляйте смс «Консультация» на тел. **+7 903 218 88 27** (Елена Антипова)

1. БЕСПЛАТНЫЙ 10-ДНЕВНЫЙ ОНЛАЙН КУРС ПО EMAIL-МАРКЕТИНГУ?

Регистрируйтесь по ссылке и учитесь прямо сейчас: <https://goo.gl/2rNV3o>

2. СКИДКУ 20% НА ТАРИФЫ EMAIL, PRO, MAX В GETRESPONSE?

Скидка действует до 30 декабря 2016 года. Активируйте по ссылке:

<https://goo.gl/RaqEwc>

3. БЕСПЛАТНУЮ КОНСУЛЬТАЦИЮ ЕЛЕНА ПО ПЕРВИЧНОЙ НАСТРОЙКЕ EMAIL-МАРКЕТИНГА?

Регистрируйтесь по ссылке <https://goo.gl/UHaKxU> : Заполните форму «Попробуйте бесплатно», активируйте ваш аккаунт в GetResponse до 18 декабря 2016 включительно и звоните/отправляйте смс «Консультация» на тел. **+7 903 218 88 27** (Елена Антипова)

4. ХОТИТЕ ПРЯМО СЕЙЧАС КУПИТЬ GETRESPONSE 360?

ОСТАВЬТЕ НАМ СВОИ КОНТАКТЫ или напишите julia.rakova@getresponse.ru

ХОТИТЕ ВСЕ ВЫШЕПЕРЕЧИСЛЕННОЕ?

ПРЯМО СЕЙЧАС ПРИШЛИТЕ СМС С ТЕКСТОМ

ХОЧУ ВСЕ!

НА +7 968 681 48 81

ПОПРОБУЙТЕ



GetResponse

СОВЕРШЕНСТВУЙТЕ СВОЙ
EMAIL-МАРКЕТИНГ С НАМИ!

<https://www.getresponse.ru>