



Правила Email Engagement и его метрики



EmailMatrix
Емейл-маркетинг под ключ

Наталья Семагина



О чем поговорим?

1. Сегментация на уровне наблюдения

2. Частота

- Рост частоты и уровень вовлеченности
- Персонализированная частота рассылок

3. Метрики емейл-маркетинга

- Стандартные
- Глубокой эффективности



EmailMatrix

Емейл-маркетинг под ключ

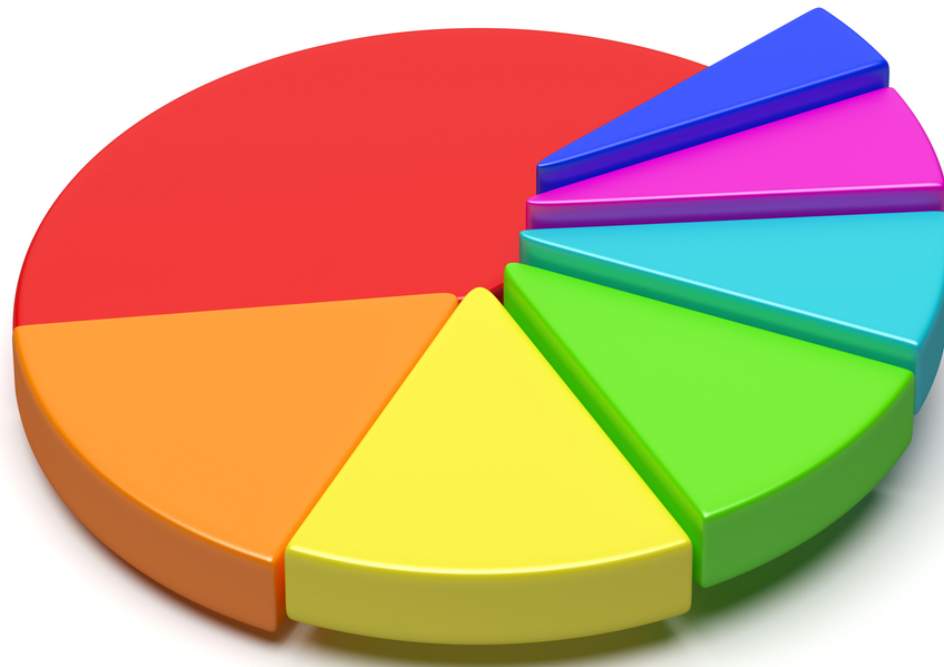
Предубеждение:

Емейл-канал = скидки или большая частота рассылок.

Так ли это? И можно ли строить емейл-маркетинг, опираясь только на эти составляющие, которые не несут в себе роста лояльности?



Сегментация





Вам нравится, когда с вами общаются
на интересные для вас темы?





Сегментация

Так сделайте общение вашего бренда с потребителем более личным.

Личным, согласно его интересам.





Типы данных и как их получить?

Тип данных	Источник данных	Источник данных
Поведенческие данные: сегментация на основе поведения пользователей, такого как – покупки, активность на сайте, взаимодействия с письмами	Взаимодействие с рассылками, информация о транзакциях, веб-аналитика	Создание емейл-кампаний с конкретными категориями товаров/предложениями
Психографические данные – на основе образа жизни, например, хобби, интересы, семейное положение	Личный кабинет, пересечения данных, информация в процессе открытия аккаунта/регистрации	Разделение офферов на категории, такие как предложения для любителей экстремального отдыха/любителей отелей luxury-класса
Демографические данные , такие как возраст, пол, доход, количество детей в семье	Личный кабинет, пересечения данных, информация в процессе открытия аккаунта/регистрации, аналитика рассылок на основе кликов	Использование динамического контента в письмах для вывода офферов на основе пола - мужская и женская одежда, возраста ребенка
Географические данные – страна, город, климат, уровень урбанизации города	Личный кабинет, пересечения данных, информация в процессе открытия аккаунта/регистрации, веб-аналитика (на основе IP-адреса)	Персонализация офферов на основе города, например, для показа ближайшего магазина, где проходит акция



Данные с сайта

- личный кабинет
- менеджер подписки
- CRM с данными о транзакциях и просматриваемых товарах



Данные с сайта

- личный кабинет **неполный**
- менеджер подписки
- CRM с данными о транзакциях и просматриваемых товарах



Данные с сайта

- личный кабинет **неполный**
- менеджер подписки **отсутствует**
- CRM с данными о транзакциях и просматриваемых товарах



Данные с сайта

- личный кабинет **неполный**
- менеджер подписки **отсутствует**
- CRM с данными о транзакциях и просматриваемых товарах **сложно интегрировать**



Но мы хотим отправлять только релевантный контент.

Тогда...



EmailMatrix

Емейл-маркетинг под ключ

Сегментация

Тогда наблюдайте за подписчиками в емейлах.



Наблюдение в емейлах

Тип данных

Поведенческие данные:

сегментация на основе поведения пользователей, такого как – покупки, активность на сайте, взаимодействия с письмами

Демографические данные,

такие как возраст, пол, доход, количество детей в семье

Психографические данные –

на основе образа жизни, например, хобби, интересы, семейное положение

Географические данные –

страна, город, климат, уровень урбанизации города



Сегментация. Наблюдение в емейлах. На практике.

Кейс «Четыре лапы». Узнаем об интересах

Не знаете, что выбрать?

РЕКОМЕНДОВАННЫЕ ТОВАРЫ:

- ДЛЯ СОБАК**
- ДЛЯ КОШЕК**
- ДЛЯ ГРЫЗУНОВ**
- ДЛЯ РЫБ**
- ДЛЯ ПТИЦ**

**CTR
32%**

Ваш рейтинг персонализирован. Нажмите для просмотра истории: [История оценок](#) | [Помощь](#)

Вы хотите увидеть:

- [Собаки](#)
- [Кошки](#)
- [Грызуны](#)
- [Рыбы](#)
- [Птицы](#)

Не знаете, что выбрать?

РЕКОМЕНДОВАННЫЕ ТОВАРЫ:

- ДЛЯ СОБАК** | [Посмотреть все товары](#)
 - Подставка с шестью лапами: 317,00 р. [Купить](#)
 - Сумка переноски Тренинг: 1879,00 р. [Купить](#)
 - Корпус Аква Ларс (2-этаж): 2617,00 р. [Купить](#)
- Узнать наш сайт, чтобы за собой и знакомы друзьям
- ДЛЯ КОШЕК** | [Посмотреть все товары](#)
 - Домик-кровать: 6013,00 р. [Купить](#)
 - Сумка переноски Тренинг: 1879,00 р. [Купить](#)
 - Корпус Аква Ларс: 112,00 р. [Купить](#)
- Узнать наши условия доставки и варианты оплаты
- ДЛЯ ГРЫЗУНОВ** | [Посмотреть все товары](#)
 - Клетка феррарисская: 2389,00 р. [Купить](#)
 - Беговелок Вилл: 239,00 р. [Купить](#)
 - Лесенка Л. Феррари: 147,00 р. [Купить](#)
- ДЛЯ ПТИЦ** | [Посмотреть все товары](#)
 - Кормушка (березовая): 79,00 р. [Купить](#)
 - Корм Бетасейд (Мелл 2,1 кг): 215,00 р. [Купить](#)
 - Лесенка (пластиковая): 217,00 р. [Купить](#)
- ДЛЯ РЫБ** | [Посмотреть все товары](#)
 - Ветка Ветеринарный (аквариумный): 424,00 р. [Купить](#)
 - Аквариумный фильтр Динамикс (100 л): 1999,00 р. [Купить](#)
 - Корм Бетасейд (Таблетки): 23,00 р. [Купить](#)

© 2012 Сеть магазинов «Четыре лапы»



Сегментация. Наблюдение в емейлах. На практике.

Кейс «Четыре лапы». Узнаем об интересах

Применение и результат

Узнай рецепты правильного питания для домашних животных [Обратная связь](#) | [Отписаться](#)

ЧЕТЫРЕ ЛАПЫ Зоомагазин **ЧЕТЫРЕ ЛАПЫ** Вместе веселее:   

СОБАКИ КОШКИ ГРЫЗУНЫ РЫБЫ ПТИЦЫ



ГАВ-ГАВ*

***СЛУЖУ ХОЗЯИНУ!**
Праздничный обед для защитников

CTR 29,3%

   «Четыре лапы»

Узнай рецепты правильного питания для домашних животных [Обратная связь](#) | [Отписаться](#)

ЧЕТЫРЕ ЛАПЫ Зоомагазин **ЧЕТЫРЕ ЛАПЫ** Вместе веселее:   

СОБАКИ КОШКИ ГРЫЗУНЫ РЫБЫ ПТИЦЫ



.....*

***СЛУЖИМ ХОЗЯИНУ!**
Праздничный обед для защитников

CTR 85,1%

   «Четыре лапы»



Сегментация. Наблюдение в емейлах. На практике.

Кейс «Четыре лапы». Узнаем об интересах

Применение и результат

После сегментации каждый подписчик
Получил письмо с товарами, актуальными
для его питомца

Метрики

Основные категории (собаки и кошки)

CTR 32%

Вторичные категории (птицы, рыбы, грызуны)

CTR 85,1%

Пользователи без учета интереса

CTR 21,5%

(средние данные за январь-март 2014г.)





EmailMatrix

Емейл-маркетинг под ключ

Сегментация. Наблюдение в емейлах. На практике.

Кейс «Biletex.ru». Узнаем об интересах Прямой опрос

Имя, спасибо, что Вы с нами!

Спецпредложения по каким направлениям Вам интересны? Отметьте, пожалуйста, и мы больше не будем одолевать Вас ненужными письмами.

- ▶ [Внутри страны](#)
- ▶ [Европа](#)
- ▶ [Лыжные направления](#)
- ▶ [Жаркие страны](#)
- ▶ [Азия](#)
- ▶ [Присылать все](#)
- ▶ [Не интересуют спецпредложения](#)

Горячие предложения недели!

[Откройте письмо в браузере!](#)
[Обратная связь](#) | [Отписаться](#)



[Авиабилеты](#) [Чартеры](#) [Ж/д билеты](#) [Отели](#) [Контакты](#)

Имя, спасибо, что Вы с нами!

Спецпредложения по каким направлениям Вам интересны? Отметьте, пожалуйста, и мы больше не будем одолевать Вас ненужными письмами.

- ▶ [Внутри страны](#)
- ▶ [Европа](#)
- ▶ [Лыжные направления](#)
- ▶ [Жаркие страны](#)
- ▶ [Азия](#)
- ▶ [Присылать все](#)
- ▶ [Не интересуют спецпредложения](#)

Горячие предложения недели!

Чартер

Москва — Копенгаген - Москва
Туда и обратно через Таллин

6 201 руб.

[Забронировать](#)

[Посмотреть другие перелеты](#)



[Обратная связь](#) [Отписаться](#)

© 2008 - 2013 Biletix.ru
Все права защищены.

Вы получили это письмо, так как одичесились на новости от [Biletix.ru](#).
Количество билетов и время действия тарифов по специальным предложениям ограничено.

Сегментация. Наблюдение в емейлах. На практике.

Кейс «Biletex.ru». Узнаем об интересах Прямой опрос

Метрики

Тема: «Куда вы хотите полететь со скидкой?»

OR 31,3%
CTR 26,6%

CTR выше средних значений
(до сегментации) на 10%

Горячие предложения недели!

[Откройте письмо в браузере!](#)
[Обратная связь](#) | [Отписаться](#)




[Авиабилеты](#) [Чартеры](#) [Ж/д билеты](#) [Отели](#) [Контакты](#)


Имя, спасибо, что Вы с нами!


Спецпредложения по каким направлениям Вам интересны? Отметьте, пожалуйста, и мы больше не будем одолять Вас ненужными письмами.


- [Внутри страны](#)
- [Европа](#)
- [Льжные направления](#)
- [Жаркие страны](#)
- [Азия](#)
- [Прислать все](#)
- [Не интересуют спецпредложения](#)



Горячие предложения недели!

 Чартер

 Москва — Копенгаген - Москва
Туда и обратно через Таллин

 **6 201 руб.**

[Забронировать](#)

[Посмотреть другие перелеты](#)



[Обратная связь](#) [Отписаться](#)



Сегментация. Наблюдение в емейлах. На практике.

Кейс «Biletex.ru». Узнаем об интересах Применение и результат

Горячие предложения недели!

	Москва - Касабланка - Москва	9 324 руб.	Забронировать
		Перелёт с 26 ноября 2013 по 31 марта 2014	
		В продаже с 26 ноября 2013 до 10 декабря 2013	
		Авиакомпания: Turkish Airlines	
Забронировать			

	Москва - Касабланка - Москва	9 324 руб.	
		Перелёт с 26 ноября 2013 по 31 марта 2014	
		В продаже с 26 ноября 2013 до 10 декабря 2013	
		Авиакомпания: Turkish Airlines	
Забронировать			

Горячие предложения недели! [Открыть список в Брендер](#) [Обратная связь](#) [Отписаться](#)

Biletex

Авиабилеты Чартеры Ж/Д билеты Отели Контакты

Имя, спасибо, что Вы с нами!

Спецпредложения по ж/д направлениям Вам интересны? Ответьте, пожалуйста, и мы больше не будем одождать Вас ненужными письмами.

- Внутренние страны
- Европа
- Лёгкие направления
- Жаркие страны
- Азия
- Присылать все
- Не интересуют спецпредложения

Горячие предложения недели!

	Москва - Касабланка - Москва	9 324 руб.	Забронировать
		Перелёт с 26 ноября 2013 по 31 марта 2014	
		В продаже с 26 ноября 2013 до 10 декабря 2013	
		Авиакомпания: Turkish Airlines	
Забронировать			

	Москва - Касабланка - Москва	9 324 руб.	
		Перелёт с 26 ноября 2013 по 31 марта 2014	
		В продаже с 26 ноября 2013 до 10 декабря 2013	
		Авиакомпания: Turkish Airlines	
Забронировать			

	Москва - София - Москва	9 324 руб.	Забронировать
	Москва - Тиват - Москва	17 935 руб.	Забронировать
	Москва - Подгорица - Москва	17 935 руб.	Забронировать
		Период перевозок: по 31 марта 2014г. туда и обратно	
		Период продаж: по 29 ноября 2013г.	
		Авиакомпания: Аэрофлот	
Посмотреть другие перелеты			

Обратная связь Отписаться

© 2009 - 2013 Biletex.ru. Все права защищены.
 Вы получаете это письмо, так как зарегистрированы на новости от Biletex.ru.
 Количество билетов и время доставки тарифов по специальным предложениям ограничено.



Сегментация. Наблюдение в емейлах. На практике.

Кейс «Biletex.ru». Узнаем об интересах

Применение и результат

Тема	OR	CTR
Замороженный во льдах отель и перелеты в Европу от 7186 руб.!	92,7%	32,4%
Авиабилеты для лыжников и сноубордистов от 8791 руб.!	82,6%	18,0%
Для ценителей экзотики – Азия от 8713 руб.!	105,0%	21,1%
Зимний холод не для Вас? Жаркие направления от 9109 руб.!	72,8%	21,8%
Лондон, Токио, Майами – хотите? Горячие предложения от 11086 руб.!	22,9%	12,2%



Сегментация. Наблюдение в емейлах. На практике.

Кейс «OZON.RU».

Получаем демографические данные

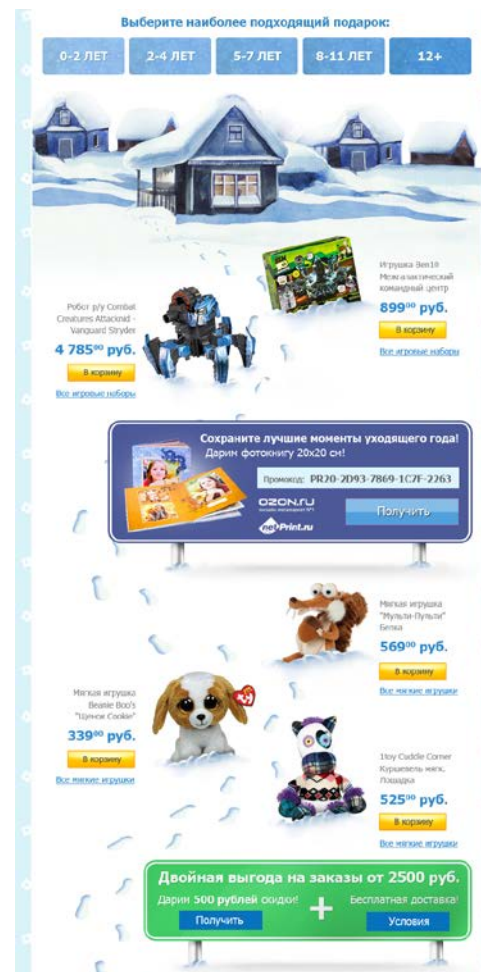
Применение и результат

Сегментированная рассылка
По категории «Детские товары»

Метрики

CTR выше средних показателей на 12,51%
RPE* выше средних показателей на 30%

*RPE – Revenue per Email – заработок отправленного емейла





Сегментация. Наблюдение в емейлах. На практике.

Кейс «LinguaLeo».

Выявить среду обитания

Применение и результат

Сегментированная рассылка для пользователей, открывающих письма с iPhone. Использовалась сегментация по типу открываемого устройства.

Метрики

Тема: «Персональный подарок для пользователей iPhone»

OR = 30%

CTR = 10%





Сегментация. Наблюдение в емейлах. На практике.

Сегментированная рассылка для пользователей, открывающих письма с устройства на Android. Использовалась сегментация по типу Мобильной ОС.

Метрики

Тема: «Запуск долгожданного приложения Под Android»

OR = 31%

CTR = 18%

The image shows a screenshot of an email from LinguaLeo. The email is titled "Запуск долгожданного приложения под Android" (Launch of a long-awaited application for Android). The main content of the email is in Russian and includes the following text:

Случилось!
С сегодняшнего дня стартуют скачивания одного из самых долгожданных приложений для изучения английского языка — LinguaLeo под Android.

Мы готовы презентовать долгожданное приложение для Android. Его пока видели всего около 200 человек — журналисты, участники бета-тестирования, команда проекта. Наступило время официального запуска.

Пополните словарный запас и закрепляйте слова везде: будь то общественный транспорт или скучная лекция в университете, длинный обед на работе или бесконечная очередь к врачу. Вы в любой момент можете осваивать новые английские слова!

Below the text is a "Скачать на Google play" button and a QR code.

Возможности приложения:

- 4 типа тренировок: перевод → слово и слово → перевод, конструктор слова, аудирование;
- 24 глоссария слов;
- словарь со степенью изученности слова;
- возможность добавлять новые слова в словарь;
- синхронизация прогресса и словаря с сервером и другими устройствами.

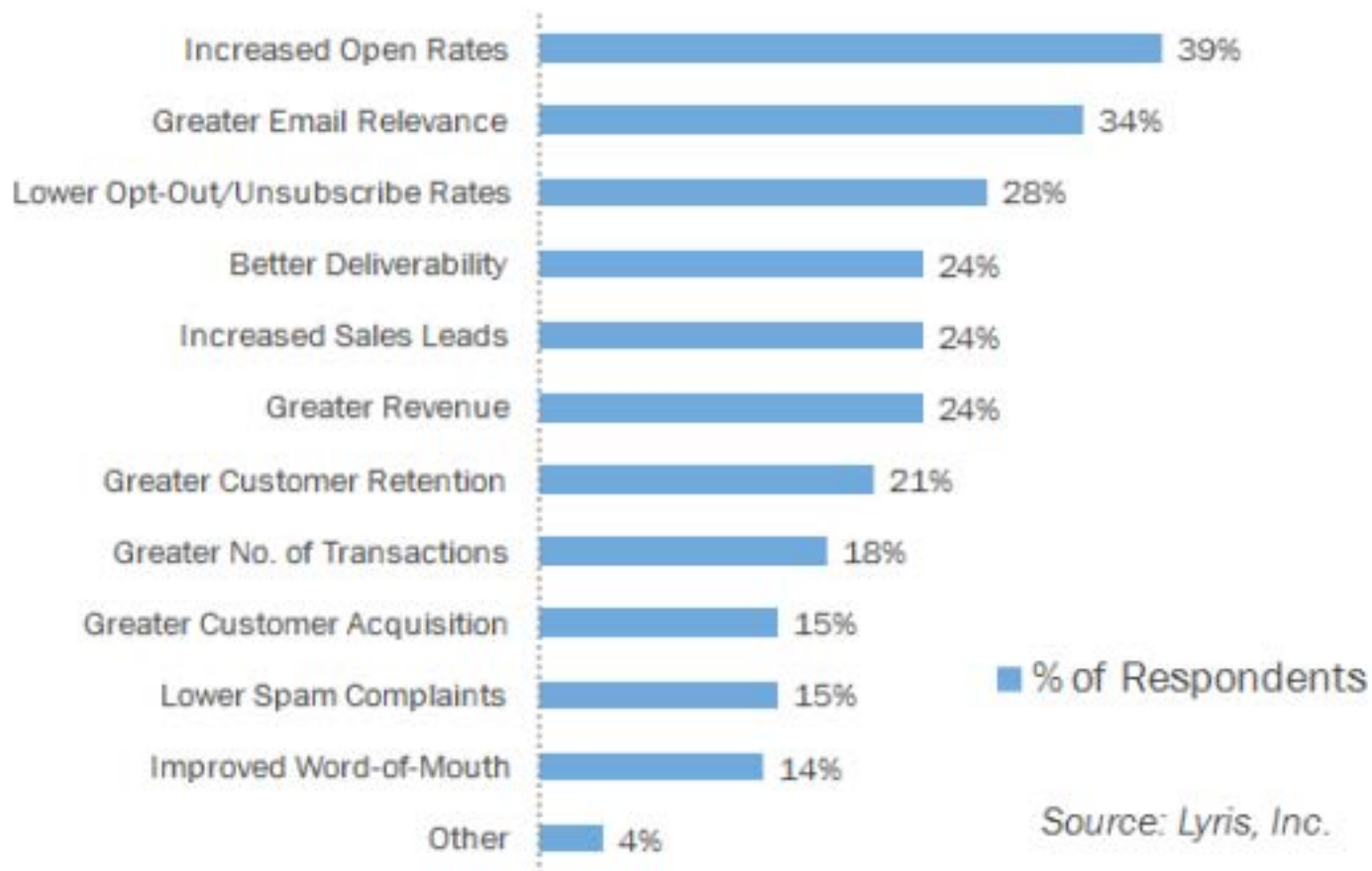
Это первая версия Android приложения. Пожалуйста, напишите ваши предложения и идеи по дальнейшему развитию на адрес android@lingualeo.ru. Всегда на связи.

Мобильная команда LinguaLeo

At the bottom of the email, there is a "Отказаться от рассылки" link, social media icons for Facebook, Twitter, and LinkedIn, and a footer with the text: "Вы получили это письмо, потому что подписались на рассылку на сайте lingualo.ru. © LinguaLeo 2009-2012"



Email List Segmentation Results





EmailMatrix

Емейл-маркетинг под ключ

Частота отправки
регулярных сообщений





Частота

Есть гипотеза!

Отправлять больше = получать больше вовлечения
и соответственно больше зарабатывать





EmailMatrix

Емейл-маркетинг под ключ

Частота

Аргументы

1. Чем больше шлем – тем больше открытий/кликов/продаж
2. Роста базы нет, поэтому нужно выжить из существующей базы максимум.



Частота

Все верно, НО...





EmailMatrix

Емейл-маркетинг под ключ

Частота

Больше не всегда лучше!



EmailMatrix

Емейл-маркетинг под ключ

Частота

Частота и вовлеченность обратно связаны между собой - чем больше вы шлете, тем меньше люди взаимодействуют с вашими рассылками.



EmailMatrix

Емейл-маркетинг под ключ

Частота

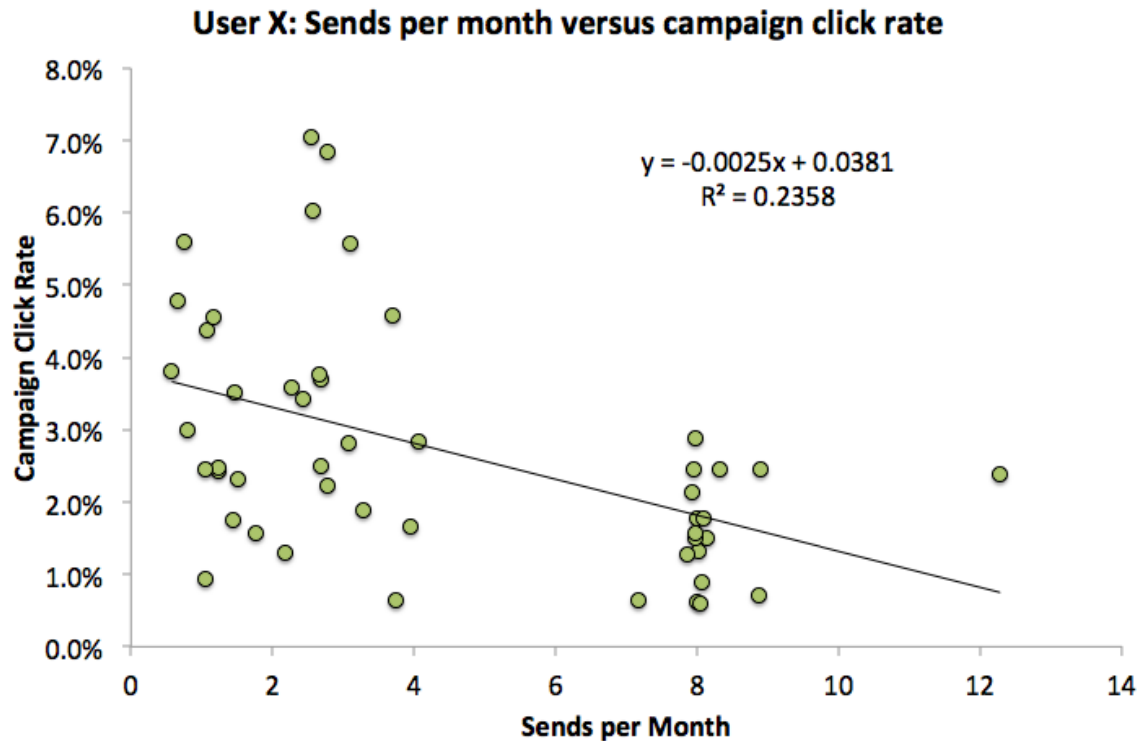
Причина 75 %* всех отписок – слишком
большая частота рассылок!

**<http://www.email-marketing-reports.com/iland/2009/03/email-frequency-can-you-increase-it.html>*



Частота

Чем чаще слали, тем меньше процент кликов для каждого отдельного пользователя





Как найти оптимальную частоту? Методы

- делать рассылки с разной частотой по тестовым группам с последующей оценкой эффективности
- сделать поле в личном кабинете, где подписчик может сам задать желаемую частоту рассылок
- Проводить опросы на тему - скажите нам, как часто вы хотите получать письма
- кампании реактивации
- оценивать активность листа / сегмента / подписчика и выставлять уникальную частоту отправки сообщений
- оценивать время жизни подписчика



Средняя частота рассылок для сегмента e-retail

- 2,5 письма в неделю
- 11 писем в месяц
- 132 письма в год



EmailMatrix

Емейл-маркетинг под ключ

Метрики емейл-маркетинга





EmailMatrix

Емейл-маркетинг под ключ

Метрики

Стандартные метрики емейл-маркетинга

Delivery Rate – % доставляемости

List Growth Rate – % прироста базы

Open Rate / Uniq Open Rate – % открытия

Click-Through Rate (CTR) – % кликабельности

Unsubscribe Rate – % отписок

Conversion Rate – % необходимости действия



Стандартные метрики емейл-маркетинга

Delivery Rate

List Growth Rate



Open Rate / Uniq Open Rate

Click-Through Rate (CTR)

Unsubscribe Rate

Conversion Rate



Стандартные метрики емейл-маркетинга

Delivery Rate

List Growth Rate



Open Rate / Uniq Open Rate

Click-Through Rate (CTR)



Unsubscribe Rate

Conversion Rate



Стандартные метрики емейл-маркетинга

Delivery Rate

List Growth Rate



Open Rate / Uniq Open Rate



Click-Through Rate (CTR)



Unsubscribe Rate

Conversion Rate



EmailMatrix

Емейл-маркетинг под ключ

Метрики

Метрики глубокой эффективности

Revenue per Email Sent (RPE) – заработок с одного отправленного емейла

Customer Lifetime Value (CLV) – жизненная ценность потребителя



EmailMatrix

Емейл-маркетинг под ключ

Метрики

$RPE = \text{доход от емейл-кампании} / \text{количество отправленных писем}$

! RPE должен быть выше, чем затраты на отправку одного сообщения



CLV = клиенты остаются
на X период и платят Y\$
за этот период

! Если вы тратите меньше,
чем приносят вам клиенты –
вы revenue machine





EmailMatrix

Емейл-маркетинг под ключ

Метрики

Customer Engagement Rate – уровень вовлеченности



EmailMatrix

Емейл-маркетинг под ключ

Метрики. Customer Engagement Rate

Пример:

4 емейл-кампании / месяц

20 % - открыло 4 емейла

15 % – открыло 3 емейла

10 % - открыло 2 емейла

5 % - открыло 1 емейл

Уровень CER вашей емейл-кампании = 50 %



EmailMatrix

Емейл-маркетинг под ключ

Метрики. Customer Engagement Rate

Результат сегментов

20 % - CER 100 %

15 % – CER 75 %

10 % - CER 50 %

5 % - CER 25 %



EmailMatrix

Емейл-маркетинг под ключ

Мы разобрали, что рост вовлеченности подписчика возможен если

1. Сообщения содержат контент, советующий интересам подписчика
2. Частота отправки сообщений находится на уровне заинтересованности подписчика в емейл-коммуникацию



EmailMatrix

Емейл-маркетинг под ключ

Наталья Семагина

Руководитель департамента
емейл-маркетинга

+ 7 (910) 624-37-73

natalya.semagina@emailmatrix.ru



Спасибо за внимание! Вопросы?