

EMAILGUIDE 2015

Весенняя серия вебинаров о емейл-маркетинге

Доставляемость-2015! Новые условия попадания в INBOX

Маркина Кристина

Эксперт по работе с клиентами ExpertSender

expertsender

by

EMX

О чем пойдет речь

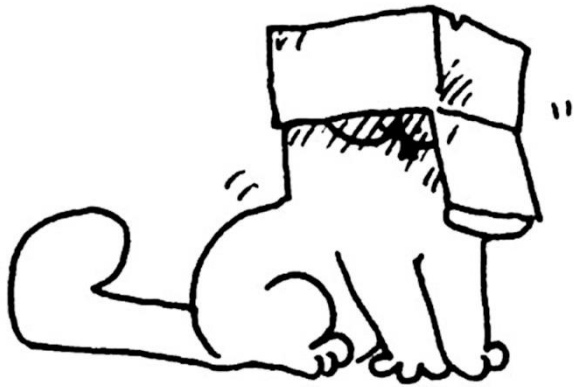
- Понятие доставляемости. Что такое качественная и техническая доставляемость
- Технические требования к рассылкам
- Требования к качеству рассылок
- Работа с лояльностью подписчика. Доставляемость через лояльность.

Понятие доставляемости

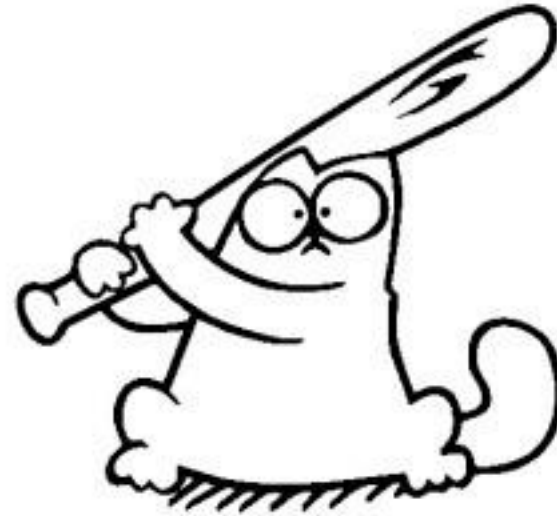
Доставляемость – отношение общего количества отправленных сообщений к количеству сообщений, доставленных конечному пользователю.



Два типа доставляемости



Техническая



Качественная

Технические требования к рассылкам

- Выделенные IP
- Настройка SPF-записи
- Настройка DKIM-ключа
- Включение политики DMARC
- Разделение отправляющих доменов и IP-адресов

IP-адреса

- Выделенные IP-адреса
- Отправка транзакционных и новостных сообщений с разных IP-адресов
- Разделение IP-адресов для разных доменных семейств

Разделение отправляющих доменов

- Проверка доменов нахождение в глобальных черных списках
- Разделение доменов для разных типов рассылок (новостные и промо сообщения, транзакционные сообщения)

SPF-запись

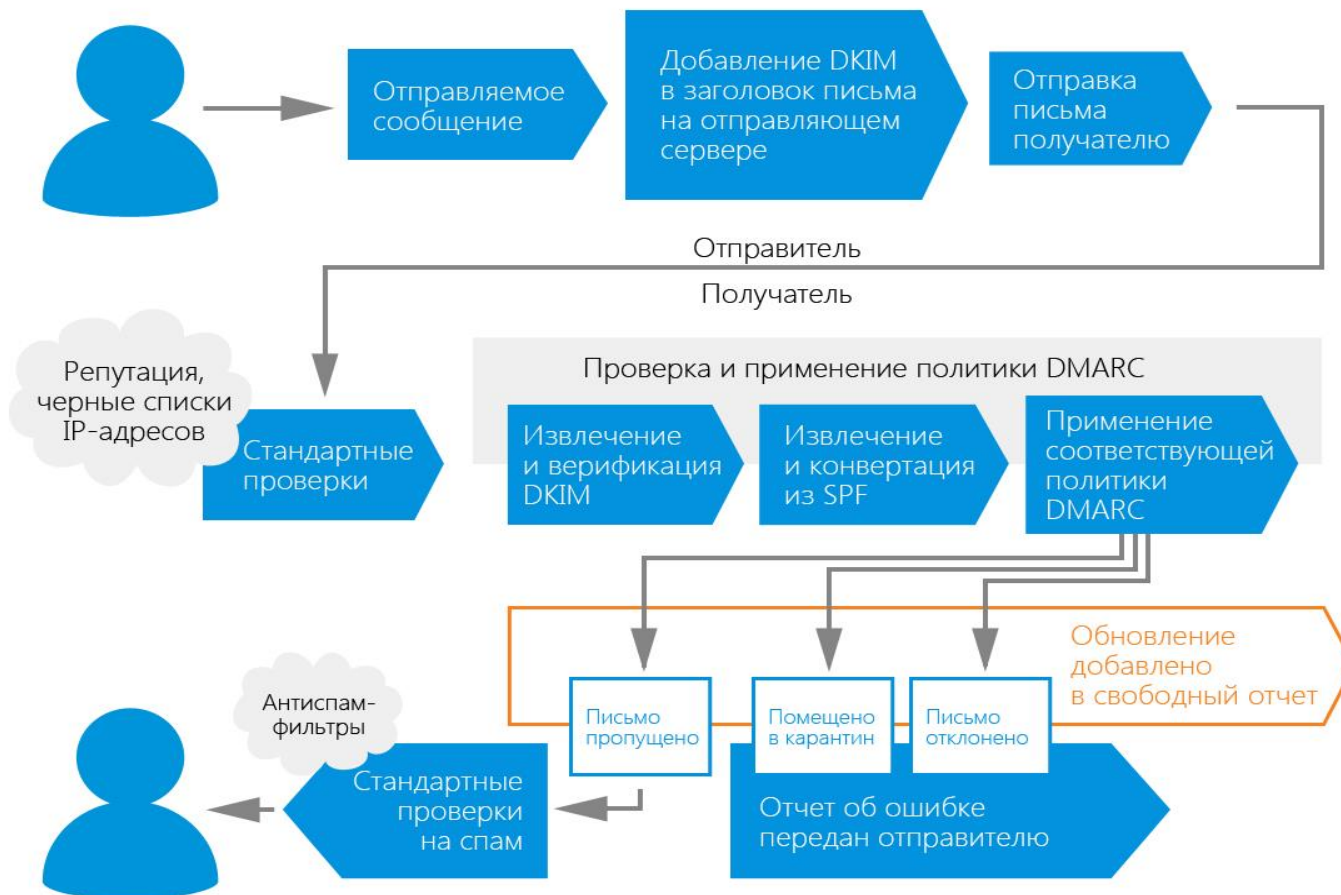
Специальная запись, содержащая список IP-адресов, которым разрешается отправлять сообщения от имени вашего отправляющего домена.

Пример : `v=spf1 ip4:212.24.47.100/32 ip4:212.24.47.105/32 ip4:212.24.47.107/32 ip4:212.24.47.108/32 include:spf-es-ru.com -all`

DKIM



DMARC



Я – маркетолог

Какова моя роль в улучшении доставляемости рассылок?

- Отслеживание показателей качества рассылок
- Вовлеченность подписчиков в коммуникацию посредством емейл-канала

Требования к качеству рассылок

- Процент несуществующих ящиков < 5%
- Процент жалоб < 0,4%
- Процент неактивных подписчиков < 40%
- Наличие двойного подтверждения подписки
- Вовлеченность подписчиков в диалог

Вовлеченность подписчиков

- Зачем обращать на это внимание?
- Как это проверить?



Признаки вовлеченности подписчиков

Положительные :

- Перенести письмо из папки «Спам» в папку «Входящие»
- Ответить на письмо
- Открыть письмо
- Сохранить письмо в особой папке
- Внести емейл отправителя в адресную книгу

Признаки вовлеченности подписчиков

Отрицательные :

- Перенести письмо из папки «Входящие» в папку «Спам»
- Удалить, не открыв

Показатели вовлеченности в Яндекс Post Office

63.4%

104 не прочитано

34.8%

57 прочитано

1.8%

3 удалено

0%

0 в спаме



48 сек.

среднее время
прочтения

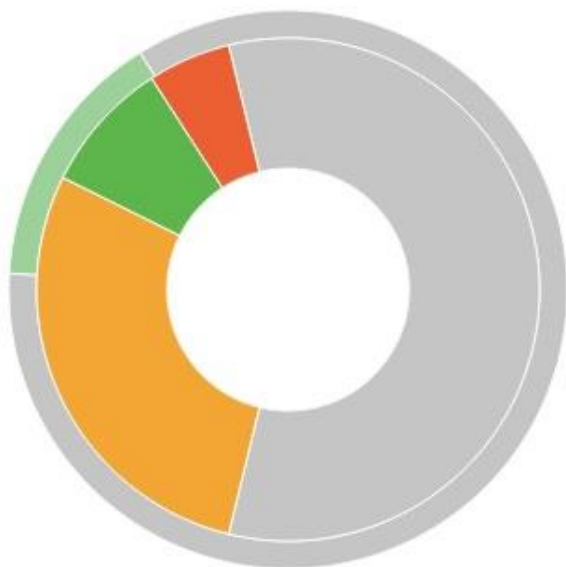
Что ещё можно узнать:

Сколько людей проскролили письмо?
Какие письма чаще попадают в "спам"?
Кому не дошли письма? И многое другое

Еще данные

Показатели вовлеченности в Яндекс Post Office

Получено
118340



Всего отправлено в спам

5.3%

6300



Всего удалено

28.5%

33783



Прочитано и лежит во входящих

8.5%

10096



Не прочитано и лежит во Входящих

57.6%

68161



Данные устарели на: 00 минут 28 секунд

1 ● ●

Удалите эти адреса
Удалите из рассылки адреса пользователей, которые считают вашу рассылку спамом.

145

[Скачать список](#)

58.5%
ср. % просмотра письма

17 сек.
ср. время чтения

5 ч. 12 мин. 49 сек.
ср. время до прочтения

65.4% писем
читают днём

66.5%

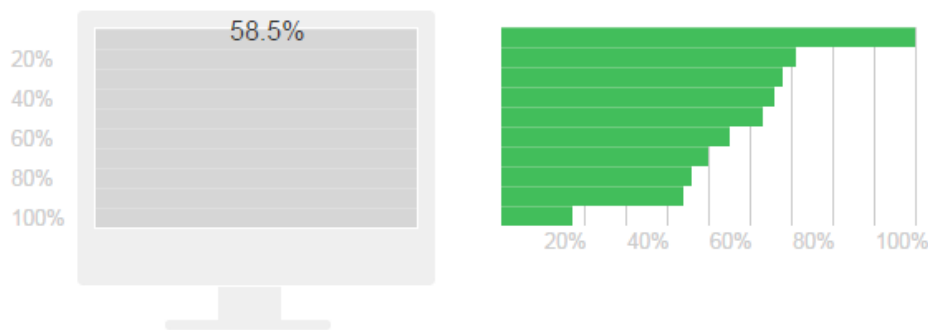
Показатели вовлеченности в Яндекс Post Office

Получено
118340

Всего отправлено в спам
5.3%
6300



Средний процент просмотра письма **58.5%**. Этот график показывает, сколько процентов письма прочитывает получатель. Если процент ниже 80, рекомендуется сокращать письма.



1 ● ● ●
Удалите эти адреса
Удалите из рассылки адреса пользователей, которые считают вашу рассылку спамом.

145

[Скачать список](#)

58.5%
ср. % просмотра письма

17 сек.
ср. время чтения

5 ч. 12 мин. 49 сек.
ср. время до прочтения

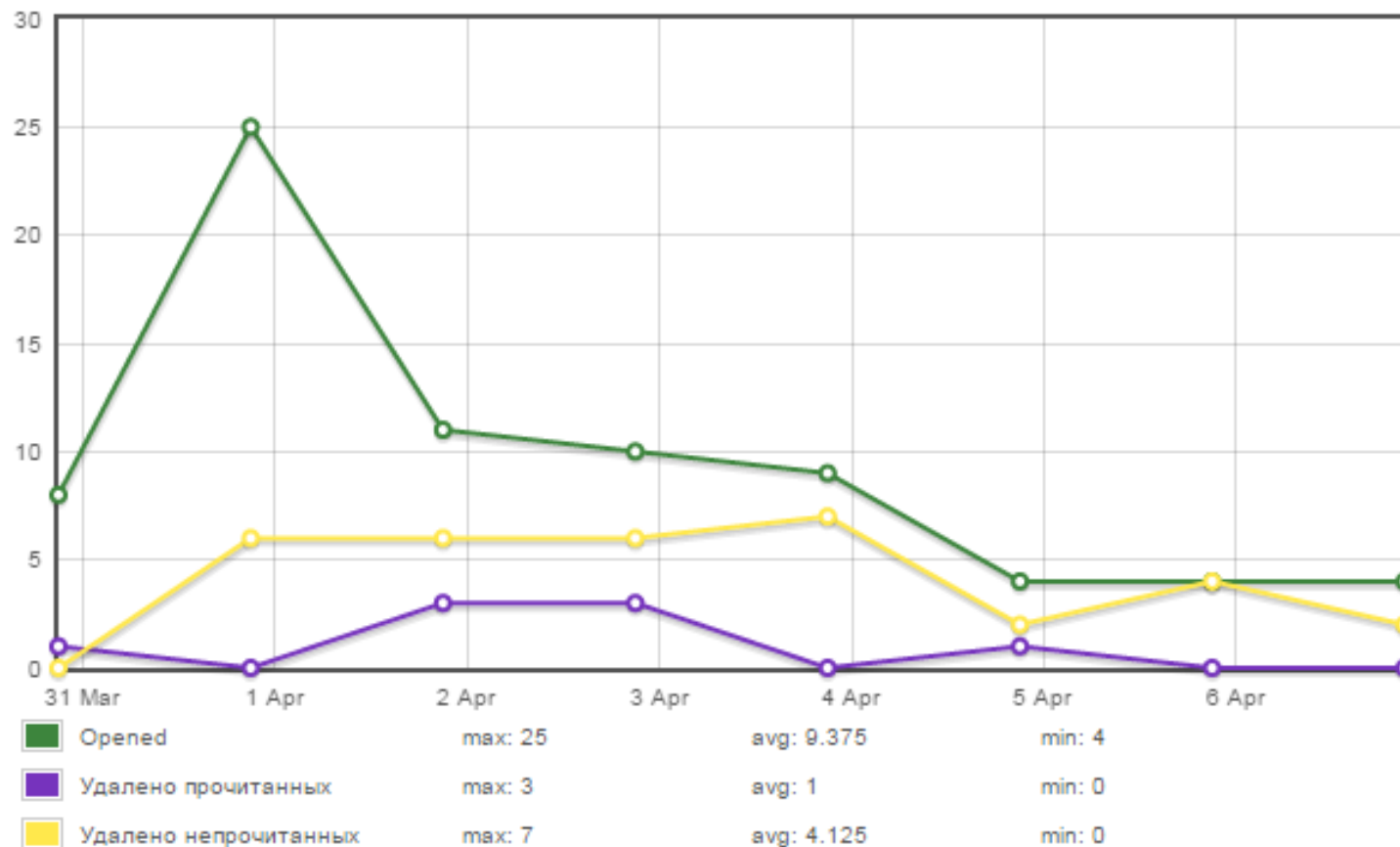
65.4% писем
читают днём

66.5%

57.6%
68161

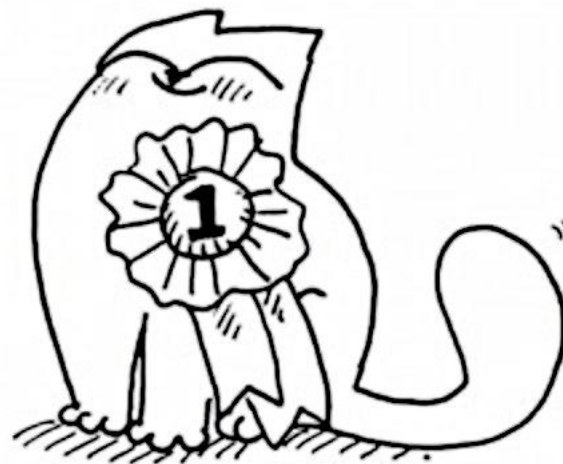
Данные устарели на: 00 минут 48 секунд

Показатели вовлеченности в Postmaster mail.ru

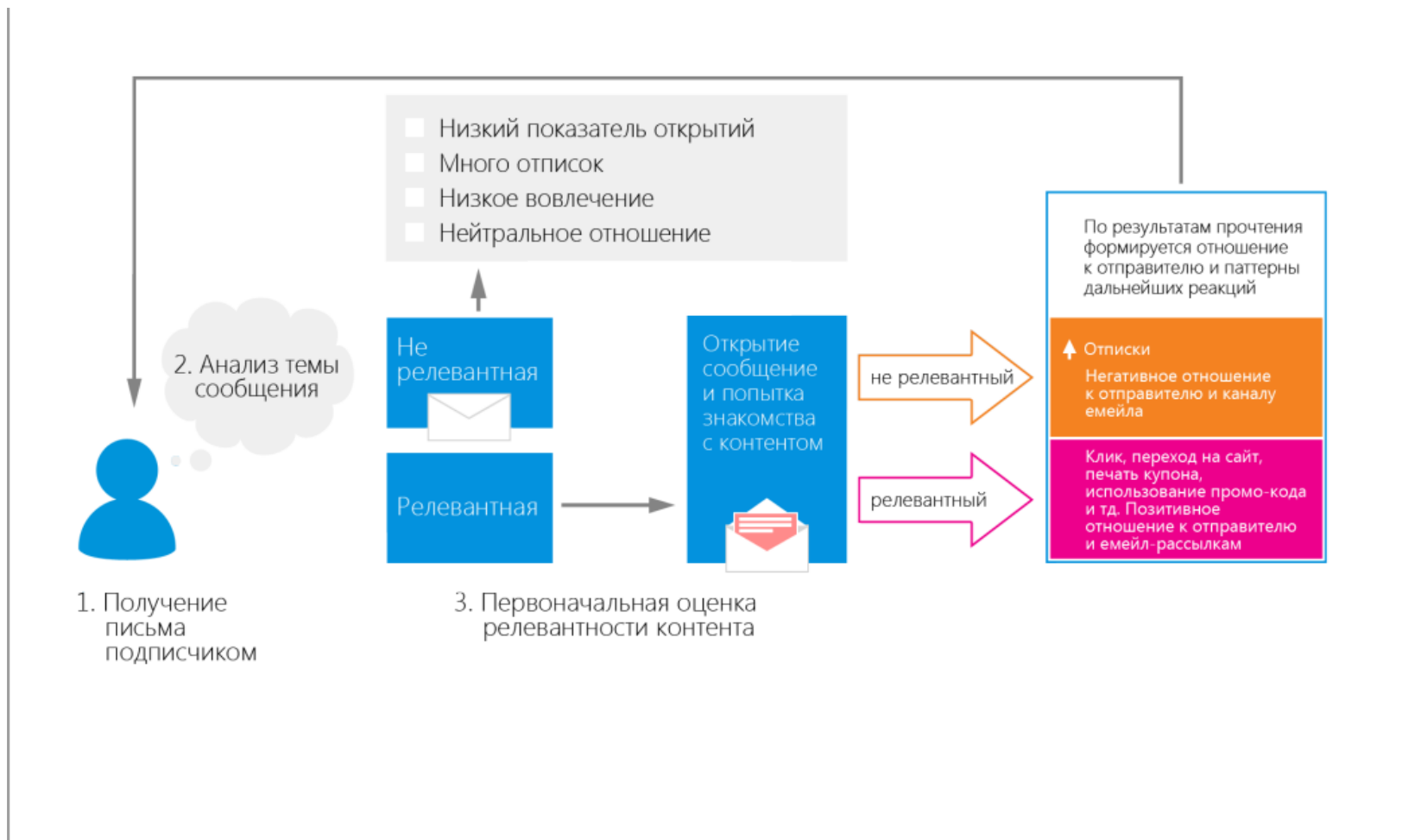


Доставляемость через ЛОЯЛЬНОСТЬ ПОДПИСЧИКОВ

Делайте емейл-маркетинг честно и с любовью - получите отличный результат



Работа с лояльностью подписчика



Double opt-in

Не хватает мотивации для того, чтобы кликнуть на ссылку-подтверждение – не будет толка в дальнейшем



Как работают спам-фильтры почтовых провайдеров?

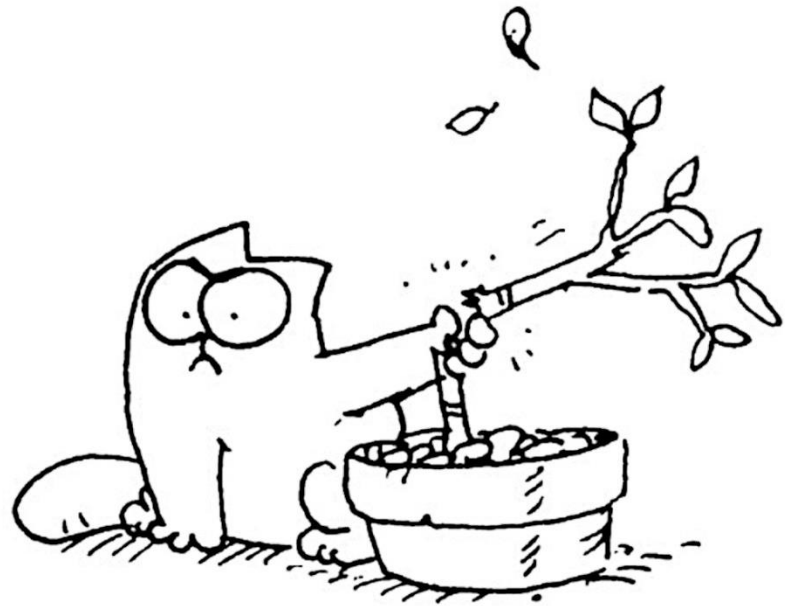
Поможет ли смена IP-адреса и отправляющего домена?



Спам-ловушки почтовых провайдеров

Попадание даже на 1 ловушку может привести к полному блоку рассылок.

Ваша репутация – ваш щит.



Рекламные и транзакционные письма

«Нам очень нужно, чтобы транзакционные сообщения продолжали попадать во «Входящие» даже при блоке рекламных и промо рассылок»

Это обязательно должно быть в ваших письмах

- Ссылка отписки
- Причина получения письма
- Реальные контакты

Это не стоит использовать никогда

- Сокращатели ссылок
- Скрытые редиректы
- JavaScript
- frames и iFrames
- Подключаемый с внешних сайтов CCS

Всегда отправляйте тесты

- Проверьте верстку
- Папку, в которую попало письмо
- Наличие в письме ссылок, находящихся в глобальных черных списках

Контрольный список для проверки ваших рассылок

- SPF, DKIM, DMARC
- Репутация, рейтинг отправителя
- Отслеживание процента жалоб и несуществующих адресов
- Попадание на спам-ловушки
- Процент открытий и прочтений
- Процент сообщений, перенесенных во «Входящие»
- Процент сообщений, удаленных без прочтения

Какие выводы?

- Пользуемся доступными технологиями
- Следим за показателями качества рассылок
- Обращаем пристальное внимание на вовлеченность подписчиков!



Спасибо за внимание!



*Маркина Кристина
Эксперт по работе с клиентами
ExpertSender*

kristina.markina@expertsender.ru