

EMAILGUIDE 2014

Весенняя серия вебинаров о емейл-маркетинге

Как повысить лояльность, не забывая о продажах

Алла Липатова

Менеджер по email-маркетингу, EmailMatrix



by EmailMatrix

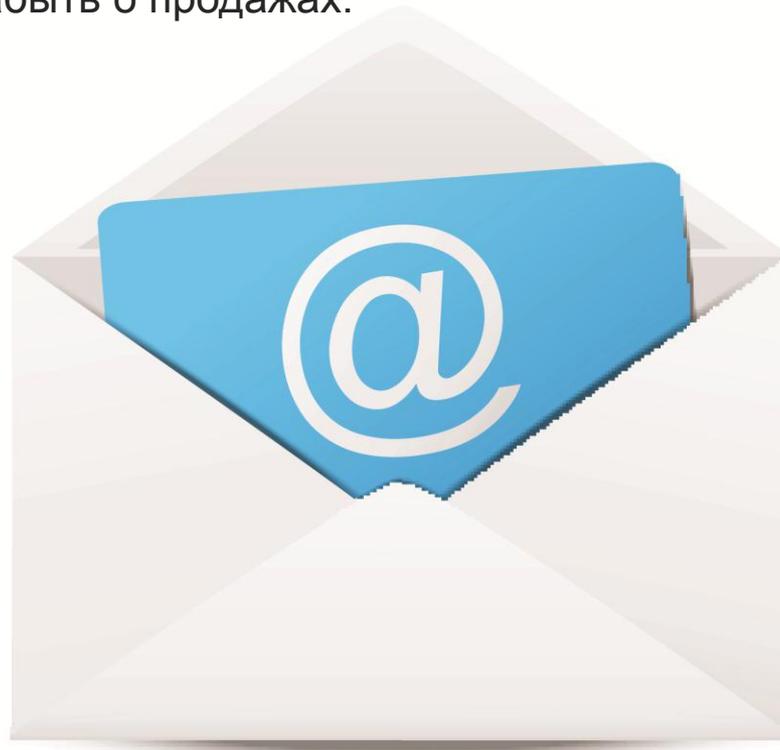
Оглавление

- Как повысить свой статус в глазах подписчиков?
- Как сделать свой бренд узнаваемым?
- Чем можно запомниться?
- Как правильно применять персонализацию?

Вступление. На страже эффективности

Для построения хороших отношений с подписчиками необходимо включать в свои рассылки **интересный контент и быть внимательным к аудитории** (отправлять только тем, кто этого желает; быть умеренными в рассылках; учитывать интересы подписчиков и выявлять пожелания). Но нельзя забывать и о продажах, т. к. это **основная задача емейл-маркетинга**.

Разберём на примерах, как **мягко и эффективно поднять свой статус** в глазах подписчиков и не забыть о продажах.



Как повысить свой статус в глазах подписчиков?

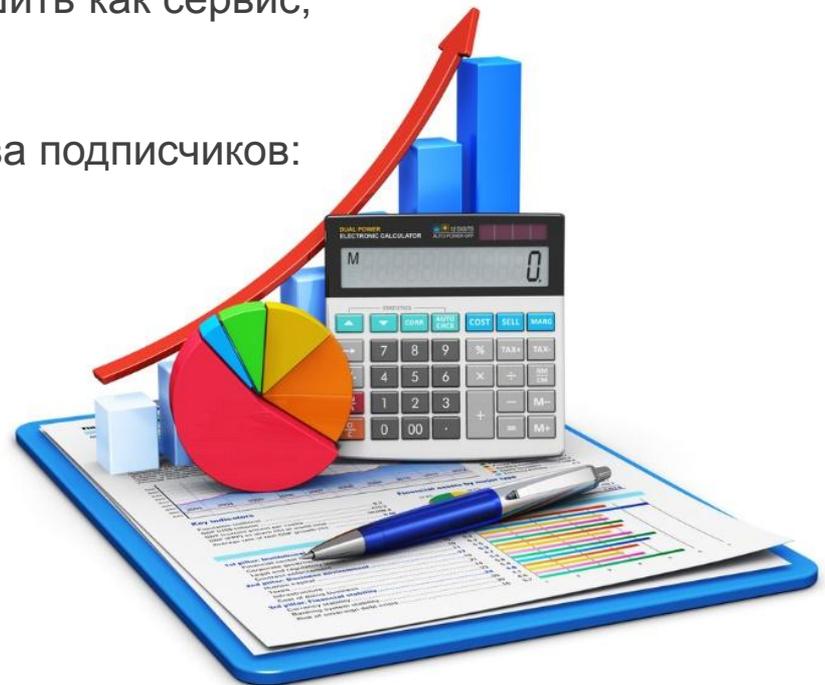
Опрос является одним из методов выявления отношения подписчиков к рассылке и к компании в целом.

Мотивировать подписчиков отреагировать на опрос можно при помощи таких оборотов, как **«Помогите нам стать лучше»**, **«Примите участие в улучшении нашего сервиса»** и т. д. Также можно провести конкурс на «лучший ответ».

После проведения опроса вы сможете улучшить как сервис, так и рассылку.

Наиболее популярные причины недовольства подписчиков:

- слишком часто приходят письма,
- неинтересен контент,
- неинтересна продукция,
- негативный опыт заказа в компании.



Как повысить свой статус в глазах подписчиков?



Каждая из причин может быть искоренена путем внесения корректив в систему рассылки:

- продумать кастомизацию и разработать ЛК, где можно настроить частоту рассылки;
- чередовать письма с интересным контентом и письма с каталогом;
- провести опрос по интересующей продукции (можно использовать сервис рекомендаций, оценивающий поведение подписчиков на сайте);
- предложить подарок/скидку, чтобы «загладить вину».

Кейс: 4лапы



Здравствуйте!

Именно для вас, наших покупателей, мы стремимся сделать сервис удобнее. Всего один клик, и мы изменимся в лучшую сторону. Пожалуйста, укажите, что бы вы хотели улучшить.

- [Уточнение интервалов доставки по Москве](#)
- [Вечерняя доставка по области](#)
- [Расширение ассортимента](#)
- [Онлайн-оплата на сайте](#)
- [Больше акций](#)
- [Переработка навигации по каталогу](#)
- [Красивая и удобная упаковка заказов](#)
- [Услуга периодической покупки](#)

Товары для ваших любимцев | Обратная связь | Оптимизация

ЗООМАГАЗИН ЧЕТЫРЕ ЛАПЫ +7 (495) 221-72-26

Собаки Кошки Грызуны Рыбы Птицы Акции и новости

Здравствуйте!
Именно для вас, наших покупателей, мы стремимся сделать сервис удобнее. Всего один клик, и мы изменимся в лучшую сторону. Пожалуйста, укажите, что бы вы хотели улучшить.

- [Уточнение интервалов доставки по Москве](#)
- [Вечерняя доставка по области](#)
- [Расширение ассортимента](#)
- [Онлайн-оплата на сайте](#)
- [Больше акций](#)
- [Переработка навигации по каталогу](#)
- [Красивая и удобная упаковка заказов](#)
- [Услуга периодической покупки](#)

Товары для кошек

Золни кормящаяся, пак. 5 л
125.00 р. [КУПИТЬ >>](#)

Корм для кошек Гурко Перл мини-Фело с сырцей, пак. 85г
42.90 р. [КУПИТЬ >>](#)

Наполнитель для кошачьего туалета Барсон №1 Сатисфакель, пак. 12,5 л
679.00 р. [КУПИТЬ >>](#)

Все для кошек со скидкой

Товары для собак

Корм для собак Березки №8 рату из птицы консервы, 6л. 200г
67.00 р. [КУПИТЬ >>](#)

Лакомство для собак Деревенское лакомство медальоны из ягненок, уп. 300г
97.00 р. [КУПИТЬ >>](#)

Корм для собак-аппетитное Азана ГрандСити ягненок/баранина, меш. 13 кг
3637.00 р. [КУПИТЬ >>](#)

Все для собак со скидкой

Товары для грызунов

Наполнитель для клеток Витасайн сево
39.00 р. [КУПИТЬ >>](#)

Корм для кроликов Зверюшка, уп. 450 г
62.00 р. [КУПИТЬ >>](#)

Корм для морских свинок Берель Лада Кавия Натур, пак. 750 г
259.00 р. [КУПИТЬ >>](#)

Все для грызунов со скидкой

Обратная связь | Оптимизация

© 2014 Сеть зоомагазинов «Четыре лапы»

Кейс: 4lapu

Тема: Мы готовы измениться! Чего вам не хватает?

OR = 54,77 %

CTR = 32,06 %

Клики по опросу: 14,08 %

Результат:

увеличение **OR почти в 2 раза** (в сравнении с новостными письмами),

увеличение **CTR более чем в 2,5 раза** (по сравнению с новостными письмами).

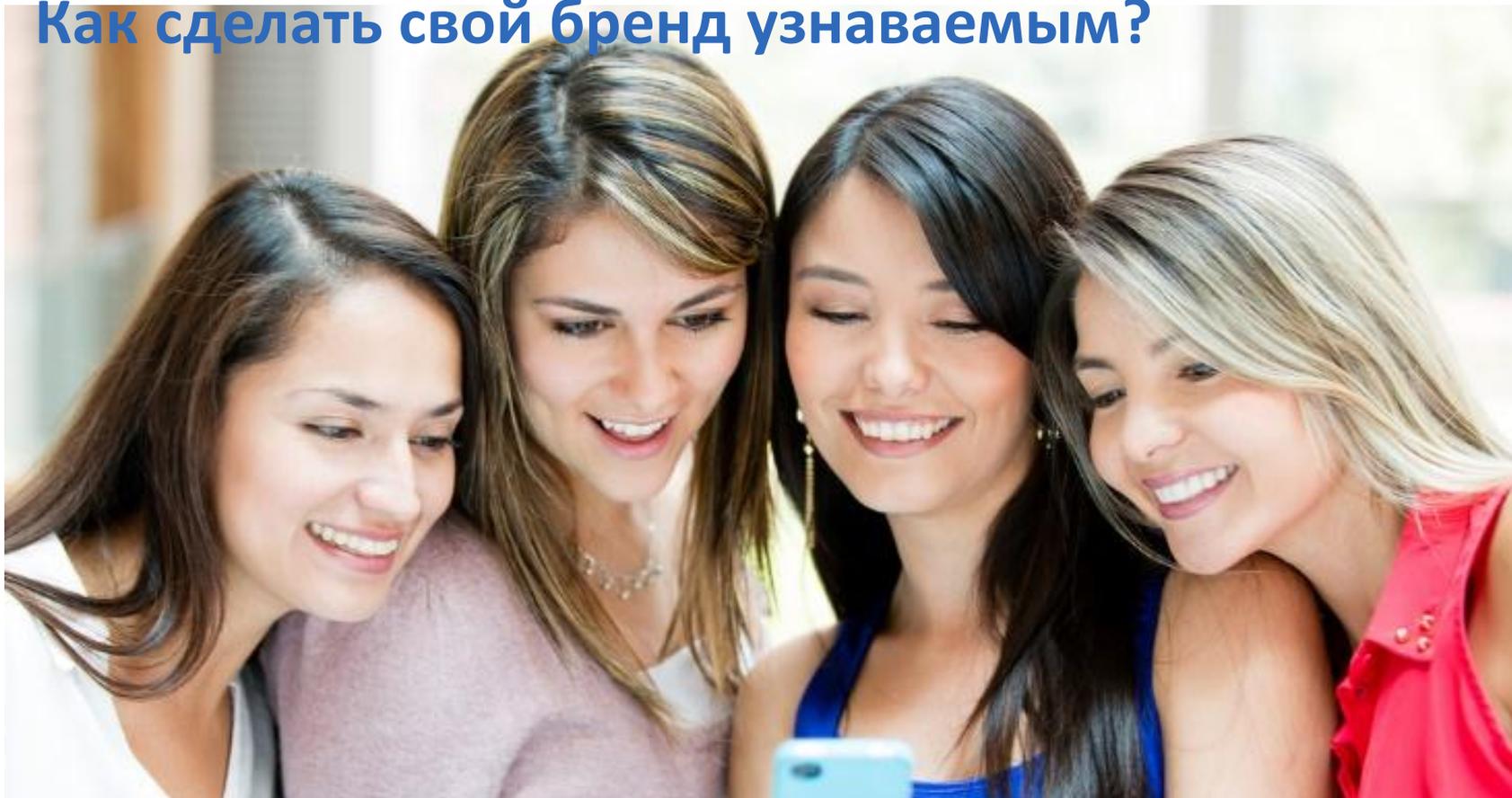
Как сделать свой бренд узнаваемым?



Кроме того, очень важно, чтобы бренд был **знаком аудитории**. Это помогает **завоевать доверие** будущих покупателей, ведь доверяют тем, кого знают.

Таким образом создаётся и **дополнительная мотивация к покупке**.

Как сделать свой бренд узнаваемым?



Наиболее удобный и эффективный канал для создания в интернете своего «лица» для бренда — это **социальные сети**.

При выборе наиболее эффективной площадки для вашего бренда необходимо руководствоваться характеристиками ЦА (целевой аудитории).

Как сделать свой бренд узнаваемым?

После выбора аудитории вы можете принять решение: **развивать все социальные сети или сделать упор на одной.**

Использование социальных сетей в письмах позволяет **более близко знакомить своих подписчиков с компанией, её услугами или товарами.**



Как сделать свой бренд узнаваемым?

Демографический профиль пользователей сайтов

База: население 12-65 лет, жители городов 50000+

Среднесуточная аудитория сайтов



Кейс: Koyal Wholesale

Для продвижения новых летних продуктов **емейл-рассылка рассказывала о конкурсе** для обручённых пар, проводимом Koyal Wholesale.

В ходе кампании были объединены конкурс, проводимый 4 раза в год, и новая линейка товаров для свадебных торжеств.

По ссылкам из писем подписчики переходили на страницу группы в Facebook, а участникам группы предлагалось подписаться на рассылку.

LIKE this page to Enter Contest & Vote!

Fall 2013
ENGAGED COUPLES
Contest

GRAND PRIZE

\$100 KOYAL WHOLESALE SHOPPING SPREE

and one
 24" x 18" Tree of Love Personalized Canvas Print (\$70 Retail Value)

KOYAL WHOLESALE
 Previous Winners: Myles & Cait
 Photo Credit: Cait Kimball Photography

37 Entries Received

VOTING BEGINS October 22nd at 6am PST

Кейс: Koyal Wholesale

Использование контента из соцсетей в емейл-кампании позволяет клиентам **взаимодействовать с брендом по разным каналам.**

Koyal Wholesale использовали контент соцсетей в своих емейлах, что привело к **росту прибыли от летней емейл-кампании на 16 %.**

Маркетологи Koyal Wholesale добавили к привычной емейл-кампании контент, посвящённый продукту, и добились следующих результатов:

- увеличение показателя **открытий на 12 %**
- рост показателя **конверсии на 10 %**
- увеличение **прибыли на 16 %**

Пример: «Купонгид»

Name, здравствуйте!

Агрегатор скидок КупонГид предлагает вам подружиться! Для вас на наших страничках в социальных сетях мы размещаем множество интересных, уникальных и полезных предложений, организуем акции и конкурсы с очень и очень приятными подарками. У нас даже есть мужской и женский клуб! Как говорится, мальчики налево, девочки направо :)

А супер интересные скидки можно даже ретвиттить:

КупонГид и Facebook:

КупонГид и Вконтакте:



Попробуйте и вы!
Добавляйтесь, делитесь впечатлениями с другими обладателями счастливых купонов, общайтесь, выигрывайте и, конечно, экономьте!

С уважением,
команда КупонГид

Будьте всегда в курсе спецпредложений! [Обратная связь](#) | [Пожаловаться](#)

КУПОНГИД + **ПСБ**
ВСЕ КУПОНЫ НА ОДНОМ САЙТЕ

[f](#) [B](#) [Twitter](#)
Личный кабинет

Name, здравствуйте!

Агрегатор скидок КупонГид предлагает вам подружиться! Для вас на наших страничках в социальных сетях мы размещаем множество интересных, уникальных и полезных предложений, организуем акции и конкурсы с очень и очень приятными подарками. У нас даже есть мужской и женский клуб! Как говорится, мальчики налево, девочки направо :)

КупонГид и Facebook:
КупонГид и Вконтакте:

А супер интересные скидки можно даже ретвиттить:

Попробуйте и вы!
Добавляйтесь, делитесь впечатлениями с другими обладателями счастливых купонов, общайтесь, выигрывайте и, конечно, экономьте!

С уважением,
команда КупонГид

КУПОНГИД
Все гуд в мире скидок

[f](#) [B](#) [Twitter](#)
[Обратная связь](#) | [Пожаловаться](#)

Если вы не хотите больше получать информацию о скидках и купонах, вы можете отписаться, нажав [здесь](#).

Copyright © 2010-2012 ООО "КупонГид"

Пример: «Купонгид»

Наши друзья о нас:

Павел
28 лет
Питер

Купоны в аквапарк: «это было оочень здорово!!!!)) купонгид — СПАСИБО!!!!)) горки, бассейн, баня, сауна, джакузи - и все в одном месте!!!!) супер!!!!))»

О сервисе:

Ирина
25 лет
Москва

«Постоянно пользуюсь скидками и купонами. Агрегатор купонов КупонГид предлагает всегда большой выбор скидок на различные услуги. Я посещала парикмахерскую, делала стрижку горячими ножницами, покраску и укладку, результатом осталась довольна!»

Будьте всегда в курсе спецпредложений!

[Обратная связь](#) | [Отписаться](#) | [Пожаловаться](#)

КУПОНГИД
ВСЕ КУПОНЫ НА ОДНОМ САЙТЕ



Личный кабинет

Name, здравствуйте!

Агрегатор скидок КупонГид предлагает вам подружиться! Для вас на наших страничках в социальных сетях мы размещаем множество интересных, уникальных и полезных предложений, организуем акции и конкурсы с очень и очень приятными подарками. У нас даже есть мужской и женский клуб! Как говорится, мальчики налево, девочки направо :)

КупонГид и Facebook:

А супер интересные скидки можно даже ретвиттить:

КупонГид и Вконтакте:



Наши друзья о нас:

Павел
28 лет
Питер

Купоны в аквапарк: «это было оочень здорово!!!!)) купонгид — СПАСИБО!!!!)) горки, бассейн, баня, сауна, джакузи - и все в одном месте!!!!) супер!!!!))»

О сервисе:

Ирина
25 лет
Москва

«Постоянно пользуюсь скидками и купонами. Агрегатор купонов КупонГид предлагает всегда большой выбор скидок на различные услуги. Я посещала парикмахерскую, делала стрижку горячими ножницами, покраску и укладку, результатом осталась довольна!»

Попробуйте и вы!

Добавляйтесь, делитесь впечатлениями с другими обладателями счастливых купонов, общайтесь, выигрывайте и, конечно, экономьте!

С уважением,
команда КупонГид

КУПОНГИД
ВСЕ КУПОНЫ НА ОДНОМ САЙТЕ



[Обратная связь](#)
[Отписаться](#)
[Пожаловаться](#)

Copyright © 2010-2012 ООО "КупонГид"

Чем можно запомниться?

Яркие образы и запоминающиеся креативы также способствуют развитию отношений с подписчиками.

Креативная подача не только контента, но и сетки товаров — это **ключ к успеху** вашей рассылки.



Чем можно запомниться?

КОМИКСЫ НА OZON.RU

В СССР комиксы отдельно не издавались — лишь короткие иллюстрированные истории в «Музилке». Отсюда стереотип: «Комикс — детская забава». Но на самом деле этот увлекательный жанр включает в себя и серьезные произведения: со смыслом, философией, сатирические и побуждающие думать. Убедитесь сами! Вас ожидают не только комиксы для детей, но и для взрослых. Большинство из них переводные, но есть и на языке оригинала — так изучать язык ещё интереснее!

КОМИКСЫ ДЛЯ ВЗРОСЛЫХ

Город Грехов-4.
"Тот желтый ублюдок". Фрэнк Миллер
32600 [СМОТРЕТЬ ДАЛЬШЕ](#)

Бэтмен. Тихо!
Джеф Лозб, Джим Ли
65240 [СМОТРЕТЬ ДАЛЬШЕ](#)

КОМИКСЫ НА OZON.RU

КОМИКСЫ ДЛЯ ВЗРОСЛЫХ

Город Грехов-4.
"Тот желтый ублюдок". Фрэнк Миллер
32600 [СМОТРЕТЬ ДАЛЬШЕ](#)

Бэтмен. Тихо!
Джеф Лозб, Джим Ли
65240 [СМОТРЕТЬ ДАЛЬШЕ](#)

Мэус
Арт Шингелман
51000 [СМОТРЕТЬ ДАЛЬШЕ](#)

Принц Валиант во времена короля Артура
Полное собрание комиксов Хала Фостера. Том 1 (1937-1938)
80000 [СМОТРЕТЬ ДАЛЬШЕ](#)

ФИГУРКИ СУПЕР-ГЕРОЕВ

IRON MAN
"Титаны Железного Воина"
539 P. [СМОТРЕТЬ ВСЕ](#)

AVENGERS
"ТИТАНЫ ЖЕЛЕЗНОГО ВОИНА"
749 P. [СМОТРЕТЬ ВСЕ](#)

СУПЕРМЕН
ФИГУРА КОЛЛЕКЦИОННАЯ
2 978 P. [СМОТРЕТЬ ВСЕ](#)

ВСЕ ФИГУРКИ

КОМИКСЫ ДЛЯ ДЕТЕЙ

Почему необходима персонализация?

Персонализация была и на данный момент остаётся эффективным рычагом повышения лояльности. Обращение по имени к подписчику делает сообщение более личным. Психологически такое сообщение воспринимается более благосклонно, чем тема без обращения.

Проводя тестирование использования персонализации с нашими коллегами из компании «Белый Ветер», мы пришли к таким данным:

Тема письма: Алла, сохраните больше ярких воспоминаний!

OR = 34,64 %

Тема письма: Сохраните больше ярких воспоминаний!

OR = 31,78 %

Что может помешать?

- **Имя есть не всегда:**

Дорогой друг, сохраните больше ярких воспоминаний!

- **Разделяйте Имя, Фамилию и Отчество:**

Липатова Алла, сохраните больше ярких воспоминаний!

- **Формат ввода данных:**

АЛЛА, сохраните больше ярких воспоминаний!
алла, сохраните больше ярких воспоминаний!

Результат!

- **Спрашивайте и улучшайте.**
- **Развивайте социальные сети и интегрируйтесь с ними.**
- **Удивляйте и будьте яркими.**
- **Создавайте персональные обращения.**

Спасибо за внимание!



*Алла Липатова
Менеджер по email-маркетингу
EmailMatrix*

alla.lipatova@emailmatrix.ru