

ВСЕ DIGITAL ЗА 1 ДЕНЬ

EMAIL МАРКЕТИНГ

СТРАТЕГИЯ | ИНСТРУМЕНТЫ | КРІ

Лена Пуляева

директор по развитию бизнеса EMAILMATRIX

Marketing One
BEST MARKETING EVENTS

EMX
EMAILMATRIX

НИЗКИЙ СТАРТ

**Классическая ситуация
в отделе маркетинга:**

- Открыли аккаунт в платформе.
- Скинули базу в excel файле.
- Сверстали письмо на фрилансе.
- Отправили по всей базе.

Точно!



У конкурентов
рассылки вроде
норм работают!



ОТ ЧЕГО ЗАВИСИТ

УСПЕХ ЕМЕЙЛ-КАНАЛА

1

Данные

2

Стратегия

3

Релевантность

ЕМЕЙЛ

СТРАТЕГИЯ



Глобальный план действий, определяющий емейл-рассылки бренда: логику отправки и сегменты, способы получения новых подписчиков, типы отправляемых писем, контент, внешний вид рассылок.

МЕТОДИКА

РАЗРАБОТКИ СТРАТЕГИИ

Анализируй всё!

- Анализ задач компании/отдела.
- Анализ продукта/сервиса.
- Анализ целевой аудитории и сегментов.
- Аудит каналов привлечения трафика.
- Аудит текущих рассылок.
- Аудит конкурентов.
- Аудит сайта/лендингов/приложения.
- Аудит каналов коммуникации.
- Постановка целей емейл-маркетинга.

РЕЗУЛЬТАТ

РАЗРАБОТКИ СТРАТЕГИИ

документ

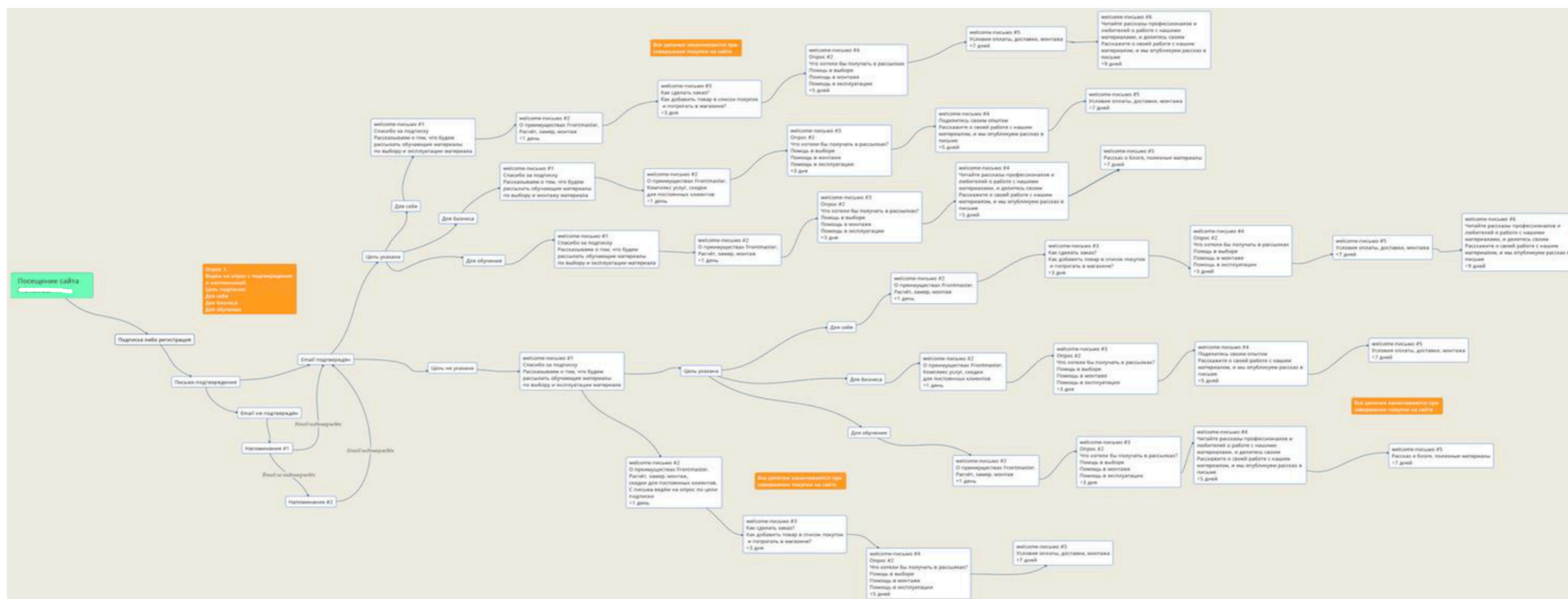
Разделы:

- Генерация лидов.
- Сегментация.
- Разработка приветственных сценариев.
- Разработка тактик сопровождения заказа.
- Разработка контентной стратегии.
- Разработка retention тактик.
- Разработка триггерных сценариев на основе данных профиля.
- Разработка шаблонов рассылки.
- Интеграция.

ПРИМЕР

РАЗДЕЛА СТРАТЕГИИ

СХЕМА ПРИВЕТСТВЕННОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ



ТИПЫ ПИСЕМ

И ПОКАЗАТЕЛИ

Триггеры

OpenRate > 50%
CTR > 50%
CR > 20%

Проморассылки

OpenRate > 20%
CTR > 25%
CR > 3-5%

Контент

OpenRate > 20%
CTR > 10%
CR > 1%

Для всех типов писем

Bounce Rate < 3%
Unsubscribe Rate = 1%
Complaint Rate < 0.5%

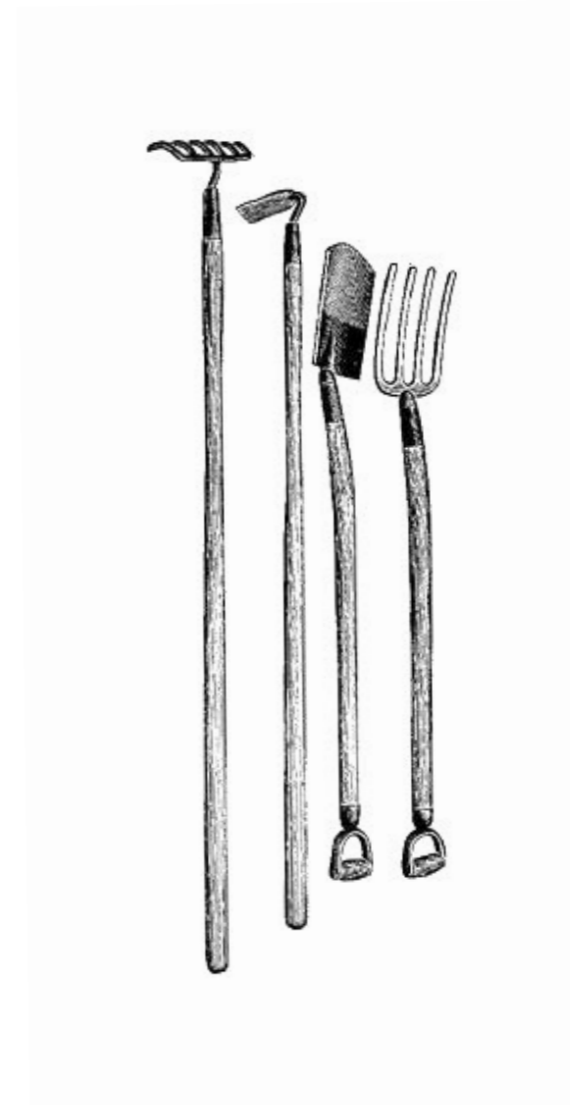
ВЫБОР ИНСТРУМЕНТОВ



Приступить к выбору платформы только после составления подробного ТЗ и понимания, какие именно функции и инструменты понадобятся.

Вам понадобятся:

- CRM-система.
- Емейл-платформа
или
- Мульти-/омниканальная платформа.



СБОР БАЗЫ ПОДПИСЧИКОВ

- Подписка на сайте.
- Материал для скачивания.
- Демо-версия продукта.
- Промоакции и спецпроекты.
- Виш-листы.
- Программа лояльности.
- Контент-маркетинг.
- Офлайн.

Давайте обсудим ваш проект

Оставьте контакты, и мы свяжемся с вами в течение 1 часа

Хочу подписаться на рассылку: отчёты о наблюдениях за емейл-маркетингом, анонсы новых публикаций и мероприятий.

Я согласен на обработку персональных данных в соответствии с [политикой конфиденциальности](#).

НЕОБХОДИМЫЕ ДАННЫЕ ДЛЯ СЕГМЕНТАЦИИ

Личность:

- Образ покупателя.
- Семейное положение.
- Наличие собственности.
- Социальный статус.
- Стилль жизни.
- Доход.
- Емейл-провайдер.
- Источник лида.

Активность:

- Покупательские интересы.
- Последние покупки.
- Частота покупок.
- Средний чек.
- Цикл покупок.
- Изменение покупательской активности.
- Стадия в воронке продаж.
- Использование продукта.
- Активность в емейлах.

АНАЛИТИКА

Пример агрегированного отчёта:

Отправлено	Доставлено	%	Открытый	%	Уникальных открытий	%	Кликов	%	Уникальных кликов	%	Кликнувших	%	Жалоб	%	Отписок	%	Транзакций	Конверсия, %	Заработок, руб.	RPE, руб.	Заработок (Ассоциированная конверсия), руб.
146395	146207	99,87	36597	25,03	24608	16,83	4150	2,84	3895	93,86	3565	91,53	44	1,23	9	0,25	95	0,06	356 842,63 P	2,44 P	389 599,13 P
28612	28510	99,64	8791	30,83	5379	18,87	1440	5,05	1325	92,01	1156	87,25	12	1,04	5	0,43	92	0,32	396 285,81 P	13,85 P	467 253,32 P
3590	3578	99,67	1326	37,06	813	22,72	211	5,9	201	95,26	179	89,05	1	0,56	0	0	0	0	- P	- P	9 919,21 P
45873	45792	99,82	11651	25,44	7715	16,85	1433	3,13	1321	92,18	1197	90,61	19	1,59	3	0,25	34	0,07	63 998,39 P	1,40 P	136 893,31 P
224470	224087	99,83	58365	26,05	38515	17,19	7234	3,23	6742	93,2	6097	90,43	76	1,25	17	0,28	221	0,1	817 126,83 P	3,64 P	1 003 664,97 P
146158	146000	99,89	33730	23,1	23872	16,35	2411	1,65	2242	92,99	2067	92,19	32	1,55	12	0,58	36	0,02	81 907,23 P	0,56 P	97 895,24 P
146158	146000	99,89	33730	23,1	23872	16,35	2411	1,65	2242	92,99	2067	92,19	32	1,55	12	0,58	36	0,02	81 907,23 P	0,56 P	97 895,24 P
29801	29730	99,76	8046	27,06	5374	18,08	974	3,28	899	92,3	805	89,54	8	0,99	3	0,37	42	0,14	153 422,47 P	5,15 P	213 805,20 P
3788	3771	99,55	1280	33,94	808	21,43	177	4,69	167	94,35	142	85,03	1	0,7	0	0	1	0,03	2 192,52 P	0,58 P	- P
45811	45715	99,79	10502	22,97	7221	15,8	1010	2,21	937	92,77	849	90,61	19	2,24	5	0,59	18	0,04	77 747,13 P	1,70 P	42 861,79 P
79400	79216	99,77	19828	25,03	13403	16,92	2161	2,73	2003	92,69	1796	89,67	28	1,56	8	0,45	61	0,08	233 362,12 P	2,94 P	256 666,99 P
146791	146580	99,86	40350	27,53	27040	18,45	4747	3,24	4485	94,48	4055	90,41	41	1,01	11	0,27	78	0,05	319 203,07 P	2,17 P	264 524,43 P
146791	146580	99,86	40350	27,53	27040	18,45	4747	3,24	4485	94,48	4055	90,41	41	1,01	11	0,27	78	0,05	319 203,07 P	2,17 P	264 524,43 P
29855	29799	99,81	8155	27,37	5022	16,85	1468	4,93	1368	93,19	1226	89,62	10	0,82	2	0,16	95	0,32	331 052,65 P	11,09 P	247 341,22 P
3899	3884	99,62	1341	34,53	773	19,9	272	7	258	94,85	225	87,21	2	0,89	1	0,44	1	0,03	984,58 P	0,25 P	- P
46138	46071	99,85	10511	22,81	6916	15,01	1487	3,23	1413	95,02	1239	87,69	20	1,61	3	0,24	36	0,08	67 838,74 P	1,47 P	38 224,52 P
147359	147226	99,91	34139	23,19	22948	15,59	4293	2,92	4066	94,71	3693	90,83	31	0,84	11	0,3	96	0,07	224 511,30 P	1,52 P	147 442,84 P
227251	226980	99,88	54146	23,85	35659	15,71	7520	3,31	7105	94,48	6383	89,84	63	0,99	17	0,27	228	0,1	624 387,27 P	2,75 P	433 008,58 P
29893	29853	99,87	6906	23,13	4810	16,11	558	1,87	501	89,78	458	91,42	12	2,62	5	1,09	41	0,14	139 231,29 P	4,66 P	59 014,52 P
3936	3925	99,72	1249	31,82	772	19,67	127	3,24	95	74,8	88	92,63	1	1,14	0	0	0	0	- P	- P	- P
46258	46200	99,87	9515	20,6	6818	14,76	522	1,13	482	92,34	445	92,32	19	4,27	8	1,8	11	0,02	77 673,38 P	1,68 P	13 780,75 P
80087	79978	99,86	17670	22,09	12400	15,5	1207	1,51	1078	89,31	991	91,93	32	3,23	13	1,31	52	0,06	216 904,67 P	2,71 P	72 795,27 P
148385	148099	99,81	35231	23,79	25755	17,39	2329	1,57	2183	93,73	2002	91,71	37	1,85	12	0,6	41	0,03	142 057,62 P	0,96 P	82 849,12 P
148385	148099	99,81	35231	23,79	25755	17,39	2329	1,57	2183	93,73	2002	91,71	37	1,85	12	0,6	41	0,03	142 057,62 P	0,96 P	82 849,12 P
30053	29916	99,54	9582	32,03	5808	19,41	1974	6,6	1820	92,2	1620	89,01	9	0,56	3	0,19	74	0,25	270 948,17 P	9,02 P	188 866,02 P
4106	4097	99,78	1527	37,27	873	21,31	362	8,84	317	87,57	269	84,86	2	0,74	1	0,37	4	0,1	18 113,94 P	4,41 P	11 459,06 P
46711	46521	99,59	11934	25,65	7745	16,65	1871	4,02	1746	93,32	1577	90,32	17	1,08	5	0,32	35	0,07	108 561,35 P	2,32 P	25 272,49 P
80870	80534	99,58	23043	28,61	14426	17,91	4207	5,22	3883	92,3	3466	89,26	28	0,81	9	0,26	113	0,14	397 623,46 P	4,92 P	225 597,57 P
150191	149960	99,85	32524	21,69	23620	15,75	2968	1,98	2801	94,37	2553	91,15	21	0,82	12	0,47	31	0,02	121 675,78 P	0,81 P	43 683,27 P
150191	149960	99,85	32524	21,69	23620	15,75	2968	1,98	2801	94,37	2553	91,15	21	0,82	12	0,47	31	0,02	121 675,78 P	0,81 P	43 683,27 P
1283603	1281434	99,83	314887	24,57	214690	16,75	34784	2,71	32522	93,5	29410	90,43	358	1,22	111	0,38	861	0,07	2 954 248,05 P	2,30 P	2 480 685,44 P

СПЕЦИАЛИСТЫ

И ПРОЦЕССЫ



ВЫВОДЫ

1. Составить план и ТЗ, потом выбрать инструменты.
2. Учитывать долгосрочную перспективу.
3. Внедрять прибыльные тактики в первую очередь.
4. Собирать максимум данных о клиентах.
5. Поддерживать базу в актуальном состоянии
6. Тестировать идеи и концепции.
7. Анализировать результаты.



Лена Пуляева

Директор по развитию бизнеса, EMAILMATRIX

+7 910 503 79 12

lena@emailmatrix.ru

EMAILMATRIX

КТО МЫ ТАКИЕ

Работаем с

2009 года

50

клиентов

39

сотрудников

2

офиса