

*Наталья Завозникова*

# *Анализ, тестирование и улучшение результатов*

## Диаграмма: топ бизнес - целей емейл-маркетинга



## *Место емейла в финансовой цепочке*

***Первый шаг состоит в том, чтобы определить, где email сообщения имеют большее влияние на клиента на пути к покупке.***



## *Место емейла в финансовой цепочке*

***Исследуйте жизненный цикл ваших клиентов:***

- *Привлечение*
- *Приобретение*
- *Обслуживание*
- *Удержание*
- *Привлечение друзей*



## *Место емейла в финансовой цепочке*

***Хорошо подходит для  
автоматизации  
маркетинга***



## *Вытягивание продаж в процессе*

### ***Соглашение на пути к продаже***

- *Карта пути*
- *Покупатель - личность*
- *Клиент возражает и сомневается*
- *Когда лид совершил покупку*

### ***Установка целей и задач***



## *Вытягивание продаж в процессе*

### **Определение качества лида**

- *Статус и степень готовности к продаже*

### **Создание контента**

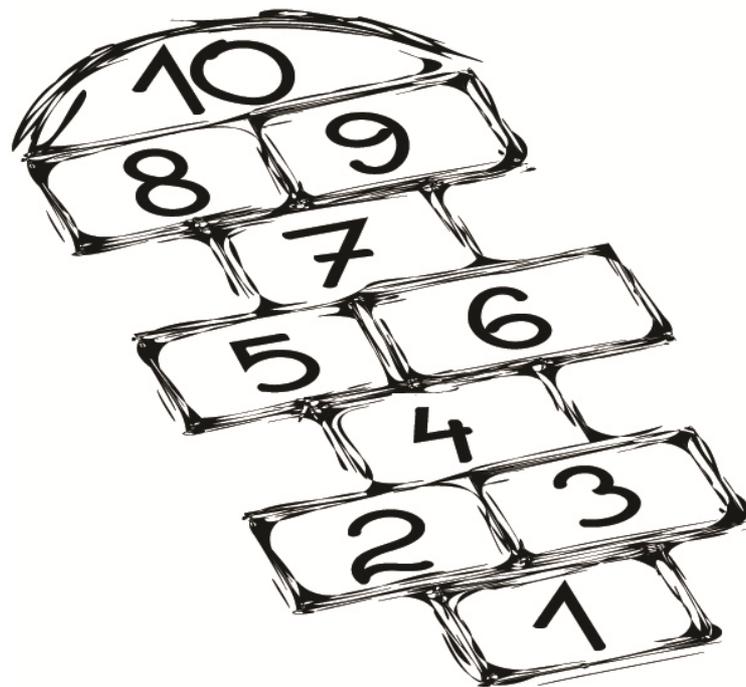
- *Коммуникации должны строиться друг от друга так же естественно, как развивается разговор*



## *Мотивация*

### ***Первым увидел***

- *Для некоторых людей очень важно первыми поделиться новостям с семьей или коллегами*



## *Мотивация*

### ***Предложение, ограниченное по времени***

- *Эксклюзивность и актуальность представляют собой мощное сочетание*



## Мотивация

### Электронные купоны

- *Groupon* и *LivingSocial*  
ежедневная рассылка
- Семейные скидки и скидки для друзей
- QR коды купонов



## *Постпродажное сопровождение*

*Постпродажное сопровождение  
выстраивается на  
доверии, заработанном в ходе  
продажи*

- Информируйте покупателя о  
покупке, доставке и сервисе*



## *Реализация*

### **1 вариант. Сложный: создание системы рекомендаций**

- *На основании просмотров, покупок, товаров в корзине и похожих продуктов*
- *Возможность вручную настраивать оповещения/рассылку*

### **2 вариант. Более простой – фрукт, который можно сорвать**

- *Начать с товаров и корзин на страницах сайта*
- *Переходить к еженедельным рассылкам*



## *Транзакционные сообщения*

*Представляют собой оповещение о совершении сделки и уведомляют клиента о существовании деловых отношений*

- ***Subject Line***

*Должен относиться к событию*

- ***Брендинг***

*Включайте логотип для узнаваемости вашей компании*

- ***Тело письма***

*Более 75% информации в емейле должно быть посвящено соответствующему событию*

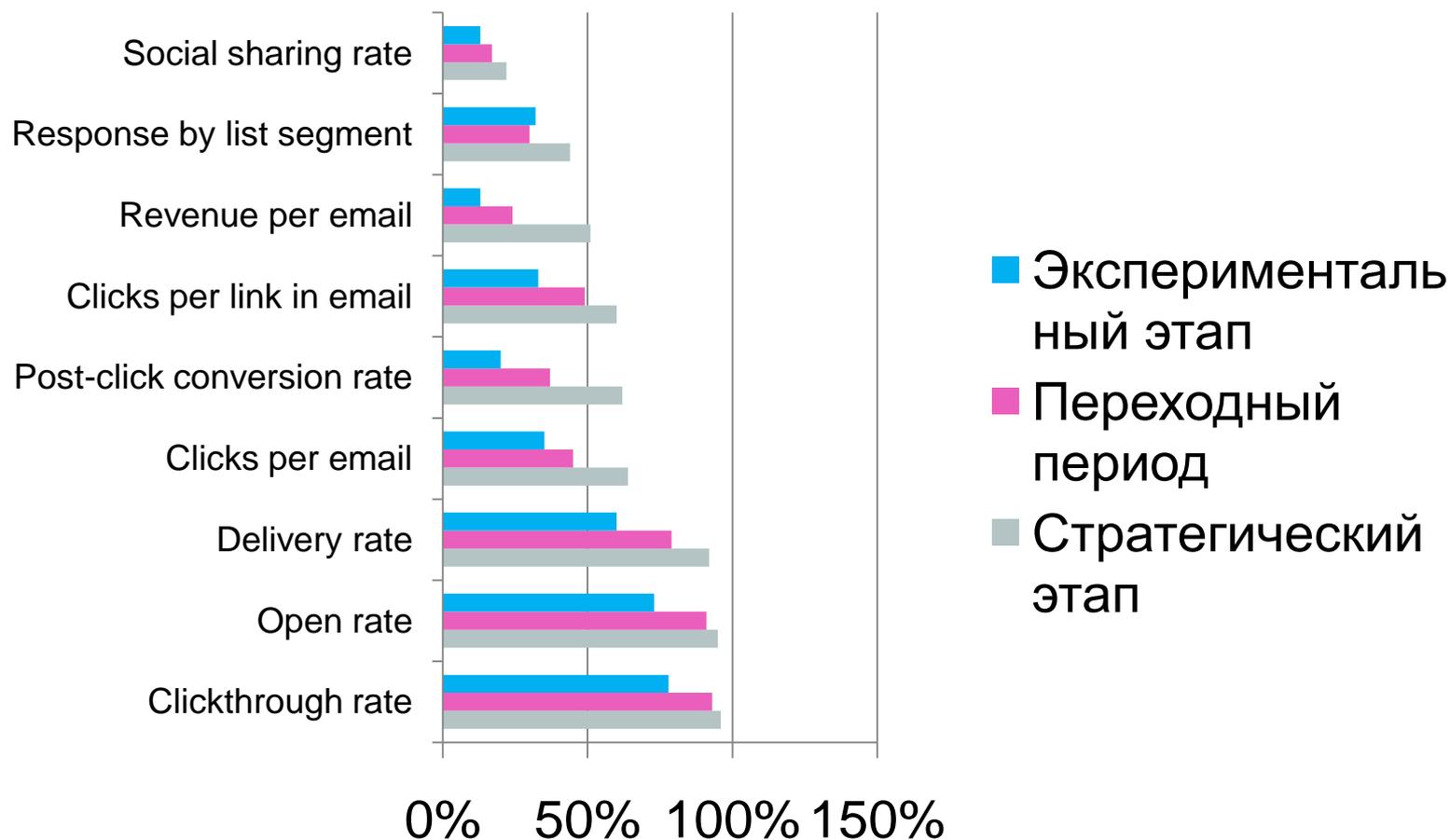
- ***Up-sell и Cross-sell***

*Выделяйте небольшие порции для будущих покупок*

# Опрос маркетологов США: какие типы автоматизированных емейл-сообщений вы используете?



## Диаграмма: метрики емейл-маркетинга отслеживаемые по фазе зрелости



## Метрики емейл-маркетинга отслеживаемые по фазе зрелости

- Более зрелые организации могут использовать многие показатели
- В 3 раза больше возможность отслеживать пост-клики конверсии
- Почти в 4 раза больше возможность отслеживать доход от емейла



## *Тестирование*

### **Создание культуры постоянного совершенствования**

- *Только 23% организаций имеют достаточное количество времени и необходимые ресурсы для тестирования*
- *Назначение группы «лаборантов» для проведения экспериментов, измерений и реализации*
- *Поддерживайте список идей для тестирования от простейших до невозможных*
- *Привлекайте к участию сотрудников не из вашего отдела*

### **Начинайте с малого**

- *Азарт повысится благодаря быстрой победе*
- *Небольшие масштабы испытаний придадут гибкость*



## Пример: Протоколирование тестов

### Email Capture

$$eme = rv(of + i) - (f + a)$$



**Experiment ID:** *(Protected)*

**Location:** MarketingExperiments Research Library

**Test Protocol Number:** TP1148

#### Research Notes:

**Background:** This research partner has an email capture process that offers downloadable reports in exchange for information. They were not only trying to capture emails, but also qualify them as well.

**Goal:** The company sought to increase their number of form submissions.

**Primary research question:** Which process will obtain the most form submissions?

**Approach:** Adapt the registration process to reduce friction

 marketingexperiments



*На практике наиболее часто тестируют*

*Основная цель для маркетолога -  
это аудитория, понимание  
влияния на воронку продаж и  
документальные выводы*



## *Что нужно делать*

- 1. Определите вопросы, цели и основные метрики*
- 2. Мозговой штурм для оптимизации*
- 3. Используйте специальную методiku для тестирования*
- 4. Делайте обзор испытаний и принимайте решения для последующих тестов*
- 5. Введите внутренние стандарты для отчетов*
- 6. Документируйте выводы по расписанию*
- 7. Сегментируйте списки подписчиков по целевым аудиториям*
- 8. Документируйте влияние тестов на воронку*



## *Подготовка к тестированию*

### **Правильная аналитика**

- *Убедитесь, что у вас отлажен процесс или есть аналитическая система для сбора метрик привязанных к вашей цели*

### **Правильный сегмент**

- *Универсальное тестирование по всем направлениям будет «тянуть» результаты в разные стороны*
- *Сегментация листа подписчиков основывается на целях тестирования*

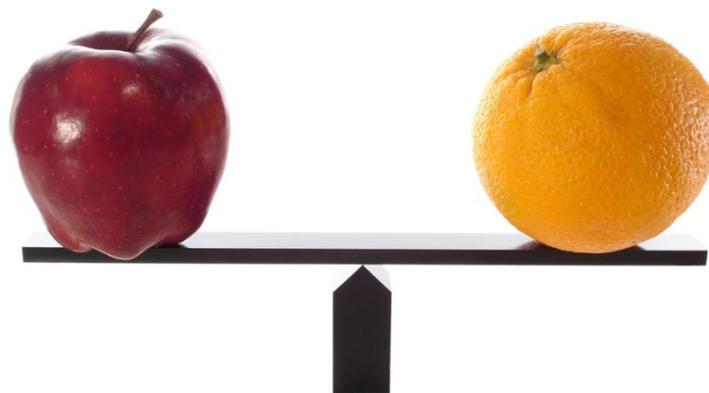
### **Правильная частота**

- *Баланс: не делайте тесты слишком часто или очень редко*

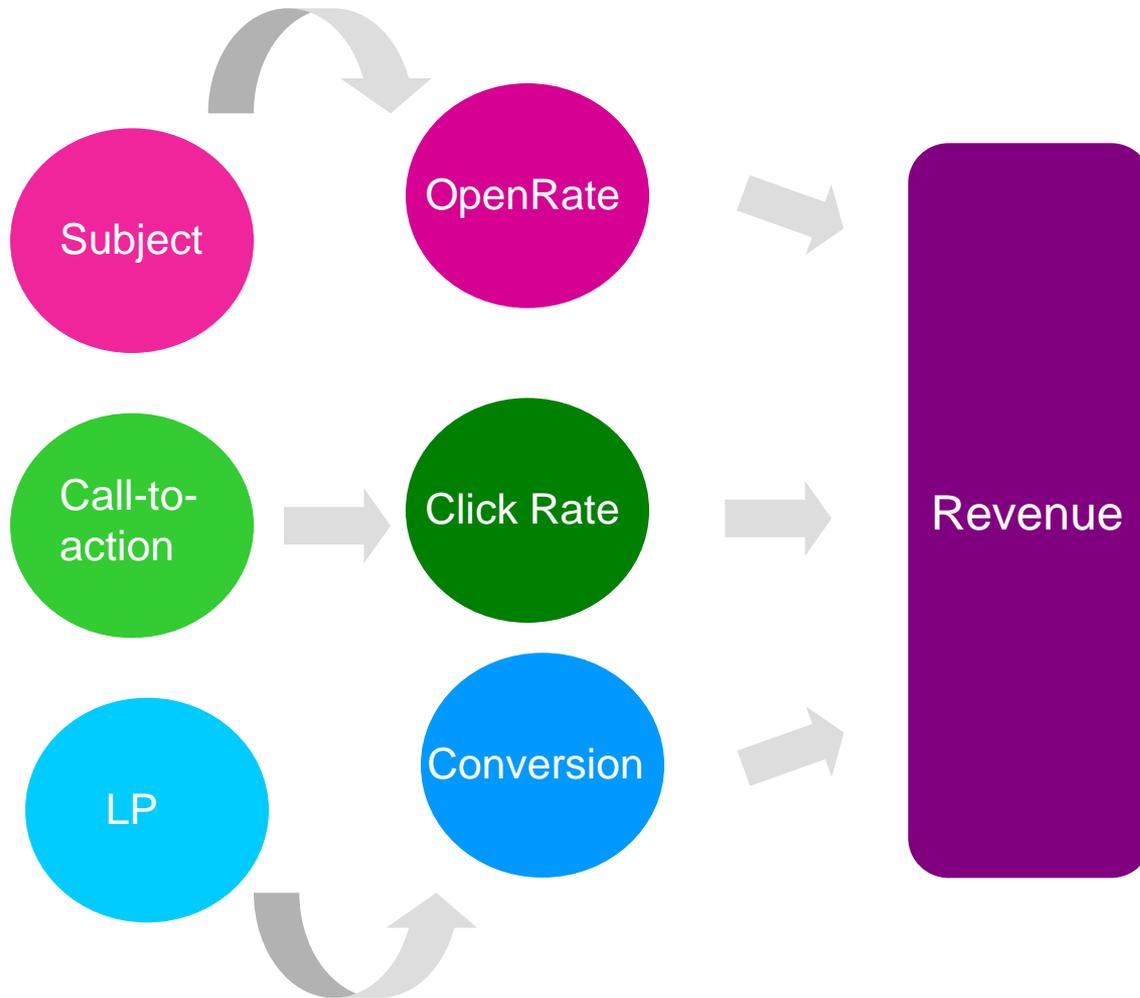


## *A/B сплит-тестирование*

- *Практика, в которой двум случайным группам подписчиков отправляется различный контент для тестирования производительности*
- *Протестируйте на 10-20% вашей аудитории и затем отправляйте наиболее удачный вариант оставшимся 80-90% списка*
- *Будьте терпеливы*
  - *Ищите дополнительные улучшения*
  - *Фиксируйте результаты*



# Схема взаимосвязи



## *Элементы для изменения*

*Не ограничивайте себя тестированием только Subject и From line.*

- ***Дни недели для отправки***
- *Изображения и макет под мобильные устройства*
- *Время дня для отправки*
- ***Сообщение (приветствие, тело, заключение)***
- ***Макет и изображения***
- *From line*
- *Персонализация*
- ***Call to action***
- ***Subject line (длина, формулировка)***
- *Целевая страница (Landing page)*
- *Целевая аудитория*



*А что думаете вы?*

***Какая тема оказалось наиболее эффективной?***



- 1. НОВЫЙ ГОД: Ели и Елки от 499 р.*
- 2. НОВЫЙ ГОД: Купи Елку. От 499 р.*
- 3. НОВЫЙ ГОД: Ель новогодняя.  
084 см, украшенная, с бантом наверху 770 р.*



## Тестируем subject

	Sent	Bounces	Delivered	Opens	Clicks	Unique clicks	Complaints	Unsubcriptions
<b>Test</b>  <b>НОВЫЙ ГОД: Ели и Ёлки от 499р.</b> Sent: 12/2/2012 6:42:53 AM Version Id: 788	9400	1 (0.01%)	9399 (99.99%)	2108 (22.43%)	158 (1.68%)	140 (1.49%)	4 (0.04%)	104 (1.11%)
<b>Test</b>  <b>НОВЫЙ ГОД: Купи Ёлку. От 499р.</b> Sent: 12/2/2012 6:42:53 AM Version Id: 790	9407	1 (0.01%)	9406 (99.99%)	2096 (22.28%)	173 (1.84%)	152 (1.62%)	2 (0.02%)	122 (1.30%)
<b>Test</b>  <b>НОВЫЙ ГОД: Ель новогодняя, 084см, украшенная, с бантом на верху 770р</b> Sent: 12/2/2012 6:42:53 AM Version Id: 791	9405	1 (0.01%)	9404 (99.99%)	2240 (23.82%)	176 (1.87%)	153 (1.63%)	3 (0.03%)	130 (1.38%)

	Sent	Bounces	Delivered	Opens	Clicks	Unique clicks	Complaints	Unsubcriptions
<b>Test</b>  <b>С днем жезящика: Лучшие цены на зимние шины!</b> Sent: 12/3/2012 9:14:11 PM Version Id: 827	16057	3 (0.02%)	16054 (99.98%)	2740 (17.07%)	207 (1.29%)	176 (1.10%)	5 (0.03%)	174 (1.08%)
<b>Test</b>  <b>Лучшие цены на зимние шины!</b> Sent: 12/3/2012 9:14:11 PM Version Id: 830	16056	1 (0.01%)	16055 (99.99%)	2774 (17.28%)	286 (1.78%)	234 (1.46%)	6 (0.04%)	129 (0.80%)



А что думаете вы?

Какой креатив оказался наиболее эффективным?

Кредитная карта с доставкой на дом!

Тинькофф Кредитные Системы

Покупки с комиссией 0% до 55 дней!

До 300 000 руб.

Бесплатный год обслуживания

Доступно во всей России!

Подать заявку за 5 минут

ТКС Банк (ЗАО). Лицензия ЦБ РФ № 2673. Подробные условия кредитования на [www.tcsbank.ru](http://www.tcsbank.ru)

1

Тинькофф Кредитные Системы

Кредитная карта с доставкой на дом!

- ✓ Покупки с комиссией 0% до 55 дней!
- ✓ До 300 000 руб.
- ✓ Бесплатный год обслуживания

Подать онлайн-заявку за 5 минут

Доступно во всей России!

ТКС Банк (ЗАО). Лицензия ЦБ РФ № 2673. Подробные условия кредитования на [www.tcsbank.ru](http://www.tcsbank.ru)

2

Кредитная карта с доставкой на дом!

Тинькофф Кредитные Системы

Подать заявку за 5 минут

ТКС Банк (ЗАО). Лицензия ЦБ РФ № 2673. Подробные условия кредитования на [www.tcsbank.ru](http://www.tcsbank.ru)

3

# Тестируем креатив

	Sent	Bounces	Delivered	Opens	Clicks	Unique clicks
<p><b>Test</b>  *[subscriber_firstname]*! Кредитная карта до 300,000 рублей.</p> <p>Sent: 11/30/2012 12:10:44 PM</p> <p>Version Id: 660</p>	41350	2 (0.00%)	41348 (100.00%)	14732 (35.63%)	1112 (2.69%)	907 (2.19%)
<p><b>Test</b>  *[subscriber_firstname]*! Кредитная карта до 300,000 рублей.</p> <p>Sent: 11/30/2012 12:10:44 PM</p> <p>Version Id: 664</p>	41316	1 (0.00%)	41315 (100.00%)	14938 (36.16%)	1105 (2.67%)	912 (2.21%)
<p><b>Test</b>  *[subscriber_firstname]*! Кредитная карта до 300,000 рублей.</p> <p>Sent: 11/30/2012 12:10:44 PM</p> <p>Version Id: 665</p>	41346	2 (0.00%)	41344 (100.00%)	15041 (36.38%)	1256 (3.04%)	1009 (2.44%)

**Кредитная карта с доставкой на дом!**




- Покупки с комиссией 0% до 55 дней!
- До 300 000 руб.
- Бесплатный год обслуживания

**Доступно во всей России!**

Подать заявку за 5 минут



ТКС Банк (ЗАО). Лицензия ЦБ РФ № 2673. Подробные условия кредитования на www.tcsbank.ru

**Кредитная карта с доставкой на дом!**



- ✓ Покупки с комиссией 0% до 55 дней!
- ✓ До 300 000 руб.
- ✓ Бесплатный год обслуживания



Подать онлайн-заявку за 5 минут

**Доступно во всей России!**

ТКС Банк (ЗАО). Лицензия ЦБ РФ № 2673. Подробные условия кредитования на www.tcsbank.ru



**Кредитная карта с доставкой на дом!**



Подать заявку за 5 минут

ТКС Банк (ЗАО). Лицензия ЦБ РФ № 2673. Подробные условия кредитования на www.tcsbank.ru

# Примеры отчетов

## UBR

Date	used subject	sent	opens	clicks	unsub	leads	RUB total	RUBcost	RUBprofit	EPC	eCPM offer	eCPM pro open/sent %	clicks/sent %	unsub/sent %	clicks/open %	
2-дек	НОВЫЙ ГОД: Ели и Елки от 499	9399	2108	158	140	0	790,00р.	2,82р.	787,18р.	5,00р.	84,06р.	83,75р.	22%	1,68%	1,49%	7,50%
2-дек	НОВЫЙ ГОД: Кули Елку. От 499	9406	2096	173	152	0	865,00р.	2,82р.	862,18р.	5,00р.	91,96р.	91,66р.	22%	1,84%	1,62%	8,25%
2-дек	НОВЫЙ ГОД: Ель новогодняя, 084 см, украшенная, с бантом наверху. 770 р	9404	2240	176	153	0	880,00р.	2,82р.	877,18р.	5,00р.	93,58р.	93,28р.	24%	1,87%	1,63%	7,86%
<b>Total:</b>		<b>18805</b>	<b>4204</b>	<b>331</b>	<b>292</b>	<b>0</b>	<b>2 535,00р.</b>	<b>5,64р.</b>	<b>2 529,36р.</b>	<b>7,66р.</b>	<b>134,80р.</b>	<b>134,50р.</b>	<b>22%</b>	<b>1,76%</b>	<b>1,55%</b>	<b>7,87%</b>
<b>Month 12: 01-31 December</b>		<b>18805</b>	<b>4204</b>	<b>331</b>	<b>292</b>	<b>2535</b>	<b>2 535,00р.</b>	<b>5,64р.</b>	<b>2 529,36р.</b>	<b>7,66р.</b>	<b>134,80р.</b>	<b>134,50р.</b>	<b>22%</b>	<b>1,76%</b>	<b>1,55%</b>	<b>7,87%</b>
BAD																
NORMAL																
GOOD																

UBR

Date	used subject	sent	opens	clicks	unsub	leads	RUB total	RUBcost	RUBprofit	EPC	eCPM offer	eCPM pro open/sent %	clicks/sent %	unsub/sent %	clicks	
2-дек	С Днем жестящика: Лучшие цены на зимние шины!	16054	2740	207	174	0	0,00р.	4,82р.	-4,82р.	0,00р.	0,00р.	-0,30р.	17%	1,29%	1,08%	7,55%
2-дек	Лучшие цены на зимние	16055	2774	286	129	0	0,00р.	4,82р.	-4,82р.	0,00р.	0,00р.	-0,30р.	17%	1,78%	0,80%	10,31
<b>Total:</b>		<b>32109</b>	<b>5514</b>	<b>493</b>	<b>303</b>	<b>0</b>	<b>0,00р.</b>	<b>9,63р.</b>	<b>-9,63р.</b>	<b>0,00р.</b>	<b>0,00р.</b>	<b>-0,30р.</b>	<b>17%</b>	<b>1,54%</b>	<b>0,94%</b>	<b>8,94%</b>
<b>Month 12: 01-31 December</b>		<b>32109</b>	<b>5514</b>	<b>493</b>	<b>303</b>	<b>0</b>	<b>0,00р.</b>	<b>9,63р.</b>	<b>-9,63р.</b>	<b>0,00р.</b>	<b>0,00р.</b>	<b>-0,30р.</b>	<b>17%</b>	<b>1,54%</b>	<b>0,94%</b>	<b>8,94%</b>
BAD																
NORMAL																
GOOD																

## Тестируем динамический subject

	Sent	Bounces	Delivered	Opens	Clicks	Unique clicks	Complaints	Unsubscriptions
<b>Test</b>  FOTOS: 3 very very funny animals / *[message_dayofweek]* Sent: 11/30/2012 1:25:56 PM Version Id: 701	1477	546 (36.97%)	931 (63.03%)	299 (32.12%)	32 (3.44%)	29 (3.11%)	4 (0.43%)	3 (0.32%)
<b>Test</b>  FOTOS: 3 very very funny animals / .. pls interact Sent: 11/30/2012 1:25:56 PM Version Id: 702	1472	559 (37.98%)	913 (62.02%)	259 (28.37%)	28 (3.07%)	21 (2.30%)	3 (0.33%)	10 (1.10%)



# Примеры отчетов

## UFR

UFR																	
Date	used subject	Type	sent	opens	clicks	unsub	leads	RUB total	RUBcost	RUBprofit	EPC	eCPM offer	eCPM pro	open/sent %	clicks/sent %	unsub/sent %	% clic
30-ноя	FOTOS: 3 very very funny anima day of week		931	299	32	3	0	0,00p.	0,28p.	-0,28p.	0,00p.	0,00p.	-0,30p.	32%	3,44%	0,32%	
30-ноя	FOTOS: 3 very very funny anima day after regist		913	259	28	10	0	0,00p.	0,27p.	-0,27p.	0,00p.	0,00p.	-0,30p.	28%	3,07%	1,10%	
<b>Total:</b>			<b>1844</b>	<b>558</b>	<b>60</b>	<b>13</b>	<b>0</b>	<b>0,00p.</b>	<b>0,55p.</b>	<b>-0,55p.</b>	<b>0,00p.</b>	<b>0,00p.</b>	<b>-0,30p.</b>	<b>30%</b>	<b>3,25%</b>	<b>0,70%</b>	
<b>Month 12: 01-31 December</b>			<b>1844</b>	<b>558</b>	<b>60</b>	<b>13</b>	<b>0</b>	<b>0,00p.</b>	<b>0,55p.</b>	<b>-0,55p.</b>	<b>0,00p.</b>	<b>0,00p.</b>	<b>-0,30p.</b>	<b>30%</b>	<b>3,25%</b>	<b>0,70%</b>	
BAD																	
NORMAL																	
GOOD																	

## *Top Takeaways*

- ***Собирайте подписчиков***
- ***Делайте их жизнь интересней***
- ***Убедитесь, что ваши емейлы **ДОХОДЯТ** до подписчиков***
- ***Зарабатывайте больше!***



## Контакты



[natalya.zavoznikova@iage.net](mailto:natalya.zavoznikova@iage.net)



8 (915) 6214153



zavoznikova\_natalia



*natalia.zavoznikova*



*ПОЖЕЛАНИЕ =  
Будьте Богатыми  
и Довольными!*

