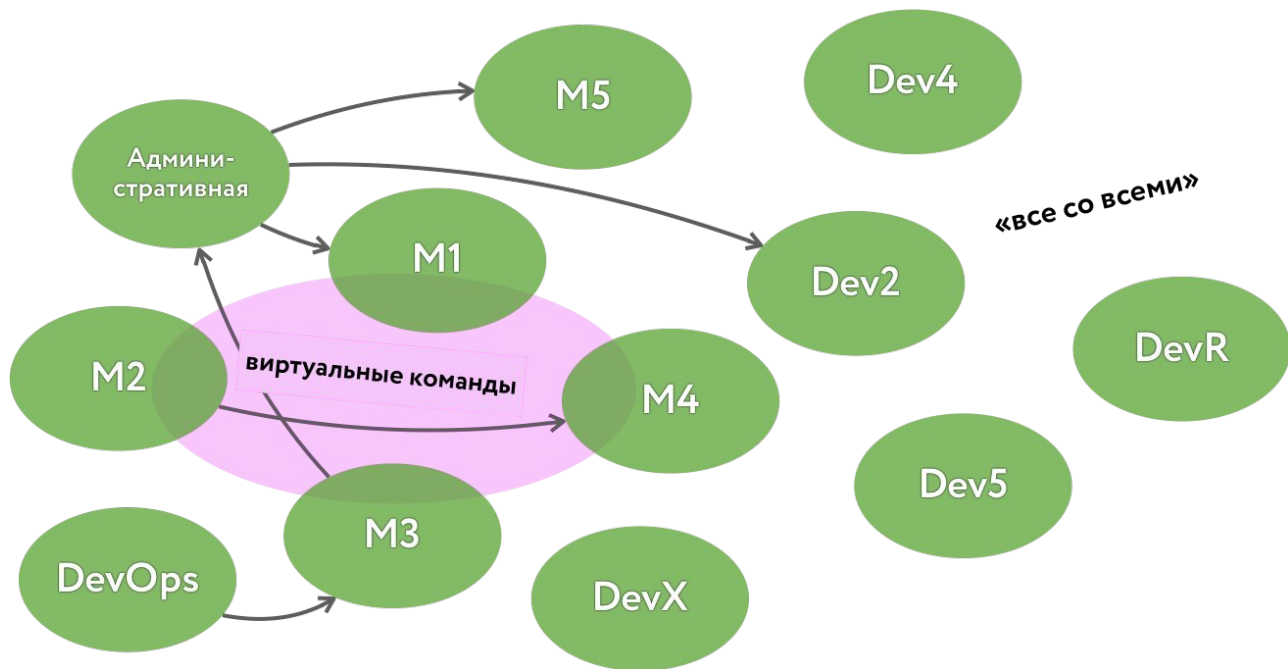


Маркетинговые инструменты на этапе **зрелости**

Юлия Туркина
консультант-аналитик



Я — лид команды КОНСАЛТИНГА



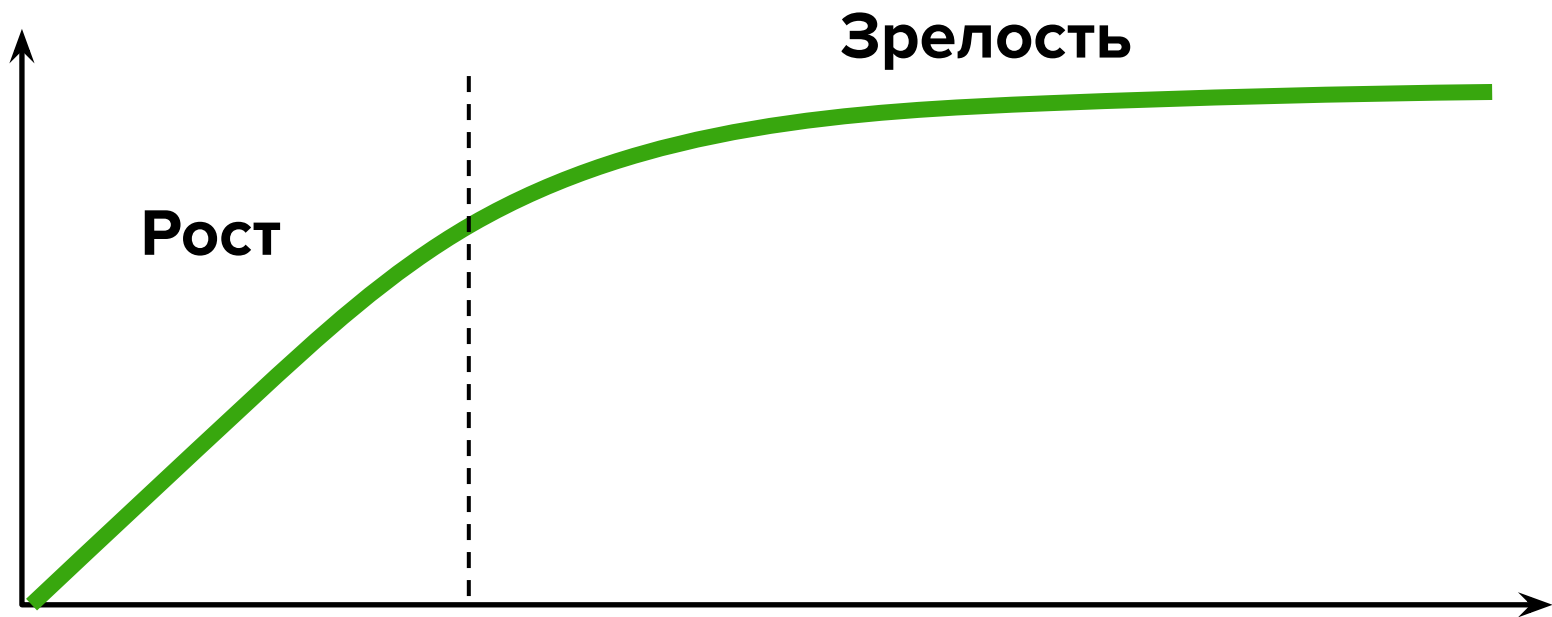
Помогаем клиентам развивать маркетинг на **этапе зрелости**

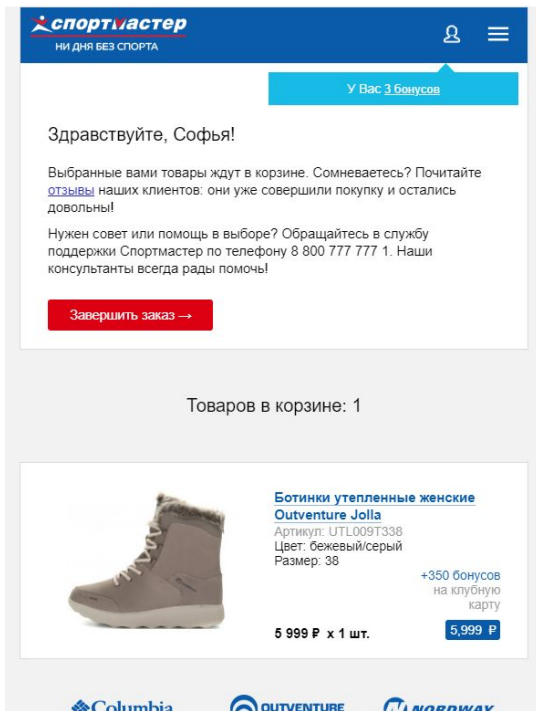
когда не хватает времени
или внимания

Менеджеры

- Классно знают продукт и возможности интеграции
- Менеджера мало, он не анализирует базу и не придумывает новое

Этапы директ-маркетинга

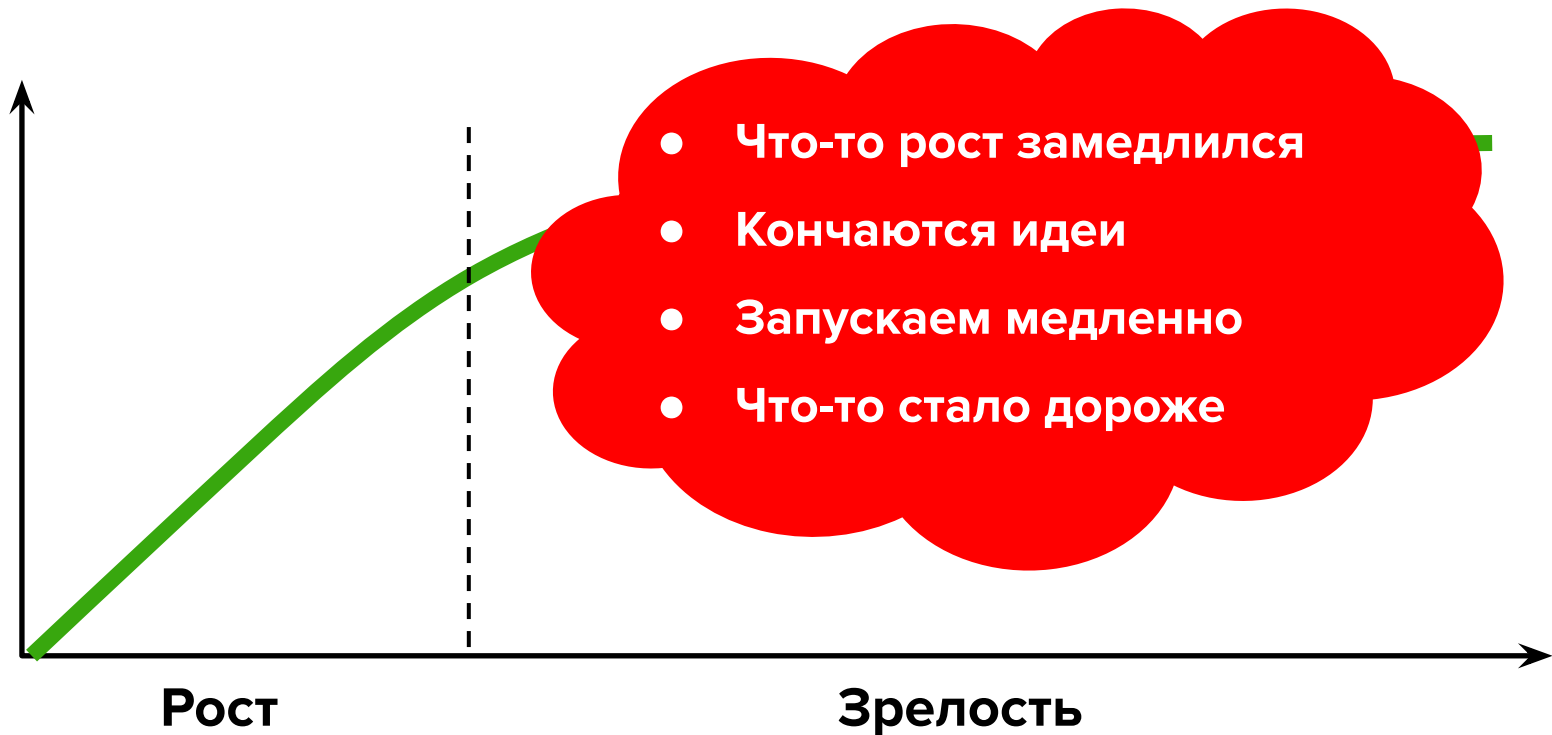




На этапе роста все просто

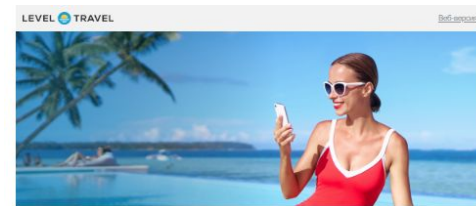
- Стандартные механики
- Общий блочный шаблон
- Мало текста/дизайна в письмах

На смене этапов



На этапе зрелости — боремся за каждый 1%

- Становится дороже
- Скорость запусков замедляется
- Каждый новый запуск приносит все меньше денег



Юлия, здравствуйте!

Деньги — вещь проходящая. Сегодня вот они, а завтра — раз, и кончились. Но разве это может повлиять на отпуск? Разумеется, нет. Потому что на Level Travel каждый желающий может заплатить за тур в рассрочку. Вот как это работает.

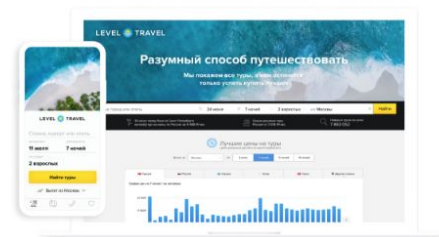
Тур в рассрочку Paylate

Хочется в отпуск, а денег нет?

Если вы нашли на [Level Travel](#) предложение мечты — в любимую страну, с классным отелем, в удобные даты и по отличной цене — действовать надо быстро, даже если прямо сейчас у вас не хватает денег. Как раз с этим и помогает [рассрочка](#) — ловишь хорошую цену сейчас, платишь, когда удобно.

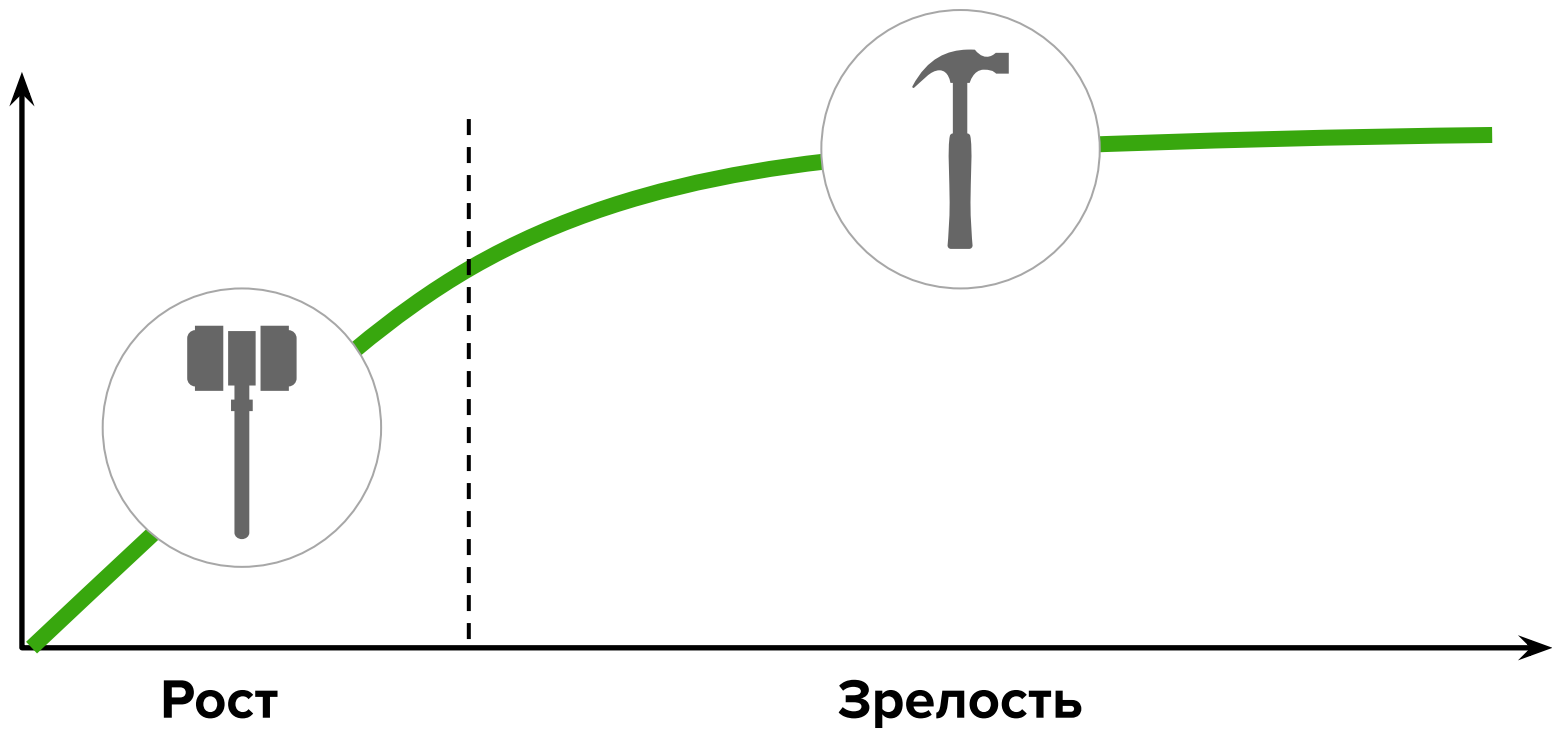
Вот, как купить тур в рассрочку:

1. Выберите страну, нужные даты и подходящий тур на [Level Travel](#).



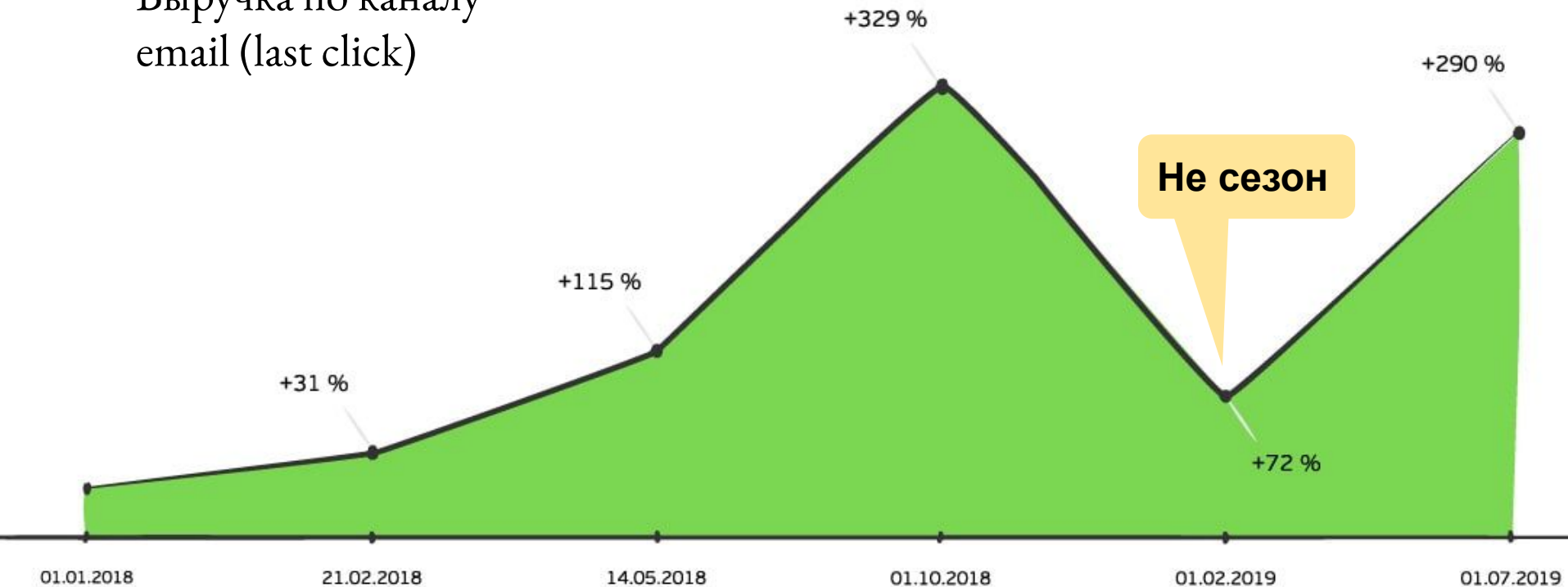
2. Продолжите процесс покупки тура, пока не дойдёте до оплаты. По умолчанию на этом этапе стоит оплата банковской картой, но вам нужно переключиться на «Рассрочка на 30 дней» или «Рассрочка на 120 дней» и нажать «Забронировать».

Каждому этапу свой инструмент

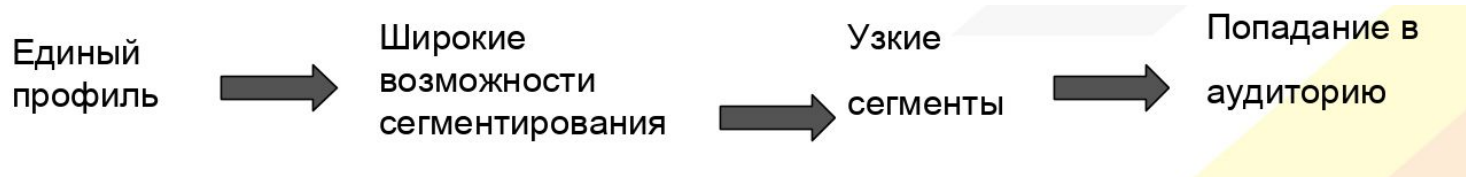


«Петрович» давно на стадии зрелости

Выручка по каналу
email (last click)



Инструменты — взрослые



Источники данных

- petrovich.ru
- propetrovich.ru
- мобильное приложение
- действия в рассылках
- кассы
- колл-центр
- сканы в магазинах
- digital room

Каналы общения

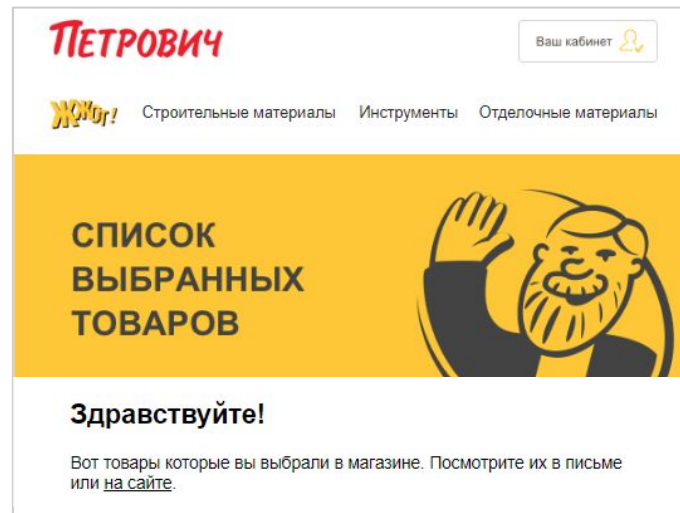
- email
- sms
- viber
- web-push
- app push (этап интеграция)

Пример омниканальности

Скан товаров в магазине



Выбираешь товары и создаешь лист,
который можно отправить себе на почту



Open rate = **70%**

Click rate = **44%**

Что предлагаю сделать

1. Определить, на какой вы стадии
2. Проверить по чек-листу, есть ли проблемы на этапе зрелости

1

**На какой стадии
я нахожусь?**

Потенциал

Запуски

1. Оценить потенциал

Сколько зарабатываете вы, и сколько в среднем зарабатывают в индустрии

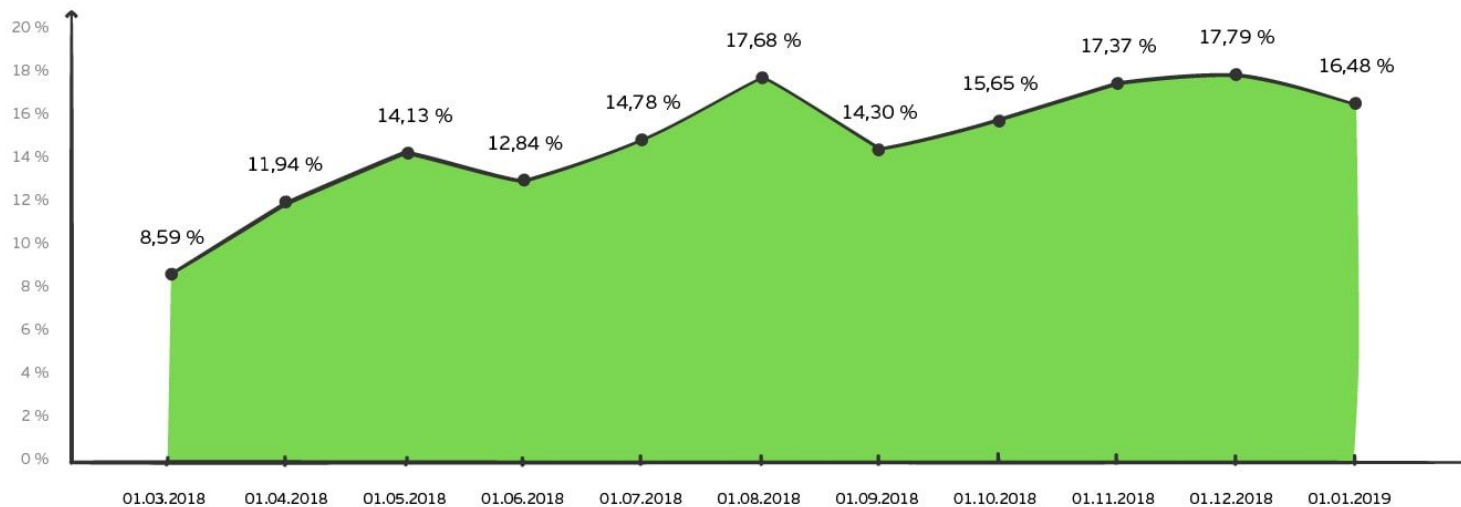
Доля выручки по каналу
email (last click) в разных индустриях*



Альпиндустрия

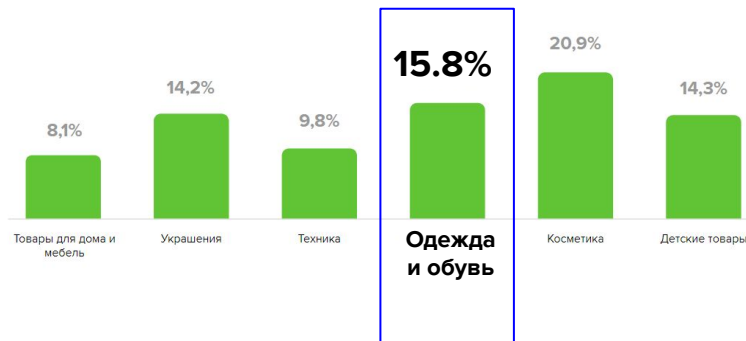
Запустили около 10 триггерных рассылок

Доля выручки по каналу email (last click)

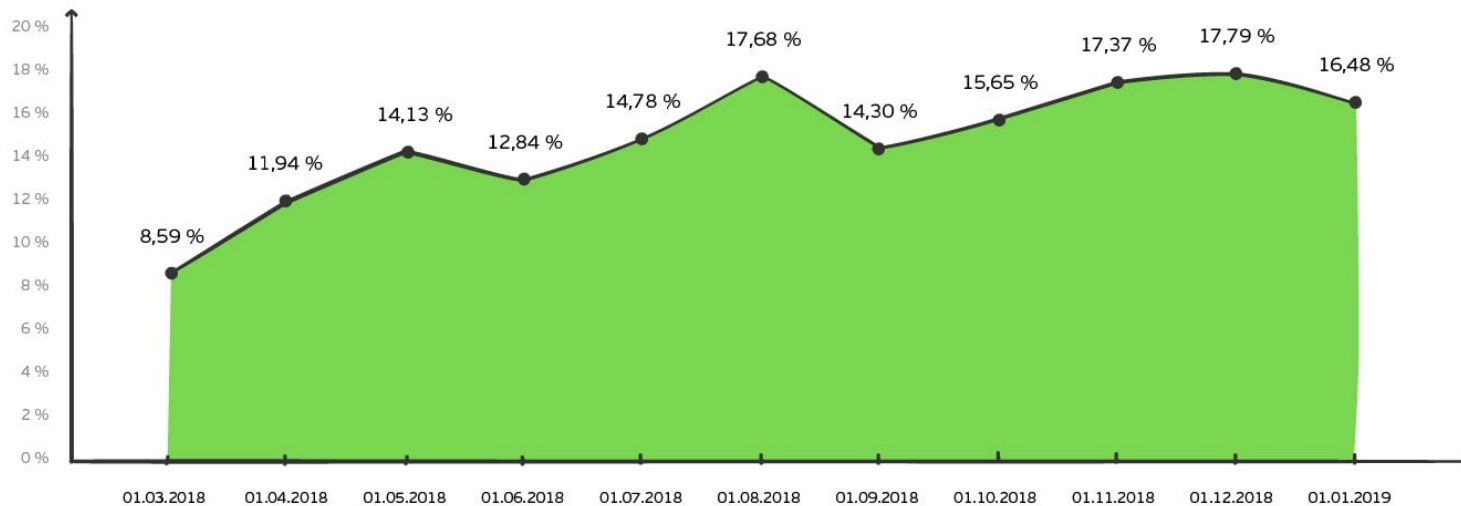


Альпиндустрия

Запустили около 10 триггерных рассылок



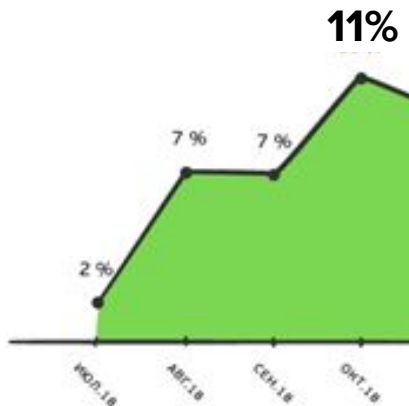
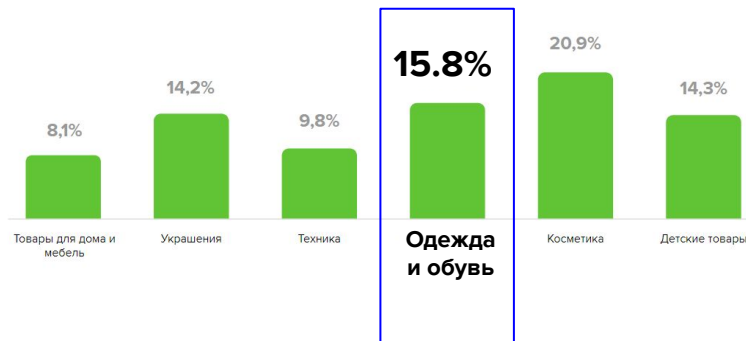
Доля выручки по каналу email (last click)



Ennergiia (одежда)

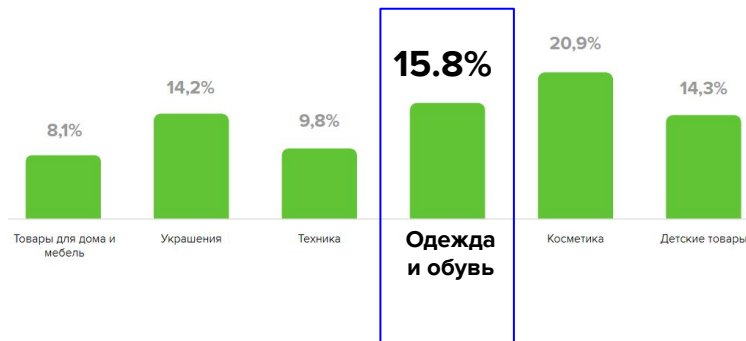
Запустили 14 триггерных рассылок

Доля выручки по каналу email (last click)



Ennergiia (одежда)

Добавили рассылки по email, web push и sms



Доля выручки по каналу email (last click)



2. Оценить количество запусков

Возможно, есть «белые пятна» стратегии, которые нужно закрыть?

<i>Сегмент</i>	<i>Цель</i>	<i>Механика</i>
Новички	Первая покупка	<ol style="list-style-type: none">1. Welcome-цепочка2. Зарегистрировался, но не покупал 1 месяц
Активные	Повторные покупки	<ol style="list-style-type: none">1. Брошенная корзина2. Брошенный просмотр товара3. Брошенный просмотр категории4. Товаров в Избранном стало 3 или более5. Многократно брошенная сессия6. NPS-опрос после успешного заказа
Отток	Реактивация, возвращение к покупкам	<ol style="list-style-type: none">1. Рекомендации для неактивных2. Сезонные летняя и осенняя рассылки

Здравствуйе, Филипп!

Вы давно к нам не заглядывали. Мы очень скучаем...

Дарим Вам промокод **Mindbox** на 7%. Промокод действует до 2019.01.23 на все товары в нашем магазине, (кроме акционных* :)

Возвращайтесь!



Спасибо! Воспользуюсь скидкой

Эти товары часто выбирают другие клиенты AM



Kalashnikov
Premium new

60 Р

Купить



Кешью Дары Природы
150Г

269 Р

Купить



Чай зеленый Curtis
Hugo Cocktail, 36г

73 Р

Купить

Ароматный мир

Провели реактивацию по сегментам:

- Получают, но не открывают письма
- **Бездействующие клиенты, которые давно ничего не покупали**
- «Новички» — клиенты, которые зарегистрировались, но спустя некоторое время так ничего и не купили

Вариант промокода % кликов Конверсия в заказы

Скидка 5% 1.66% 0.12% ± 0,07%

Скидка 7% 1.65% 0.25% ± 0,1%

Контрольная группа — 0.00% ± 0,07%

Заработать на глубоком оттоке

Магазин товаров для детей

1. Работали
2. Загрузили в Майндбокс «мертвую» базу
3. Кампанию реактивации с механикой опроса
4. Получили **1 млн рублей** дополнительной выручки и знания о клиентах



Вам поможет РФМ-анализ

Среднее время между покупками (дни): **62 дн.**

Среднее количество покупок на купившего: **11,1 покупки**

Средняя выручка с потребителя за все время: **30 017 Р**

Количество потребителей всего: **2 851 324**

28 140 клиентов
совершили 3 покупки
последняя — 2 месяца назад

Диапазон суммы заказов (руб.) - М (Все)
Срок жизни потребителя (мес.) (Все)

RF - количество потребителей		Количество покупок всего - F <input type="text"/>									
Количество месяцев с последней покупки - R <input type="text"/>	1	2	3	4	5	6	7	8	9		
0	140 434	61 236	39 242	28 840	22 666	16 926	15 120	12 698	10 276		
1	161 252	65 982	39 074	25 718	18 242	14 280	10 962	8 904	7 238		
2	126 868	50 064	28 140	17 668	11 802	9 310	6 664	5 488	3 724		
3	106 764	37 646	18 676	11 256	7 434	5 110	4 270	3 052	2 296		
4	103 572	33 502	15 344	8 876	6 062	3 976	3 094	2 282	1 428		
5	147 084	31 906	14 378	7 938	4 550	2 926	2 240	1 596	1 176		
6	96 950	25 046	10 626	5 572	3 346	2 338	1 680	1 540	826		
7	81 816	21 126	8 470	5 054	2 996	1 694	1 526	910	756		
8	76 832	18 410	7 966	4 256	2 114	1 792	1 106	560	546		
9	73 892	17 388	6 720	3 472	1 904	1 232	770	658	364		
10	64 036	14 084	5 488	2 702	1 722	952	602	546	392		
11	52 556	12 894	5 390	2 562	1 582	896	546	518	406		
12	49 098	10 430	3 864	1 974	1 162	728	322	336	266		
> 12	267 372	48 342	16 450	6 860	3 906	2 506	1 344	1 064	756		
никогда не покупали											
Общий итог	1 548 526	448 056	219 828	132 748	89 488	64 666	50 246	40 152	30 450		

RFM — чтобы понять сколько людей в каждом сегменте

Среднее время между покупками (дни): **62 дн.**

Среднее количество покупок на купившего: **11,1 покупки**

Средняя выручка с потребителя за все время: **30 017 Р**

Количество потребителей всего: **2 851 324**

62 дня —
среднее время между
покупками

Диапазон суммы заказов (руб.) - M (Все)
Срок жизни потребителя (мес.) (Все)

RF - количество потребителей

Количество покупок всего - F

Количество месяцев с последней покупки - R	1	2	3	4	5	6	7	8	9
0	140 434	61 236	39 242	28 840	22 666	16 926	15 120	12 698	10 276
1	161 252	65 982	39 074	25 718	18 242	14 280	10 962	8 904	7 238
2	126 868	50 064	28 140	17 668	11 802	9 310	6 664	5 488	3 724
3	106 764	37 646	18 676	11 256	7 434	5 110	4 270	3 052	2 296
4	103 572	33 502	15 344	8 876	6 062	3 976	3 094	2 282	1 428
5	147 084	31 906	14 378	7 938	4 550	2 926	2 240	1 596	1 176
6	96 950	25 046	10 626	5 572	3 346	2 338	1 680	1 540	826
7	81 816	21 126	8 470	5 054	2 996	1 694	1 526	910	756
8	76 832	18 410	7 966	4 256	2 114	1 792	1 106	560	546
9	73 892	17 388	6 720	3 472	1 904	1 232	770	658	364
10	64 036	14 084	5 488	2 702	1 722	952	602	546	392
11	52 556	12 894	5 390	2 562	1 582	896	546	518	406
12	49 098	10 430	3 864	1 974	1 162	728	322	336	266
> 12	267 372	48 342	16 450	6 860	3 906	2 506	1 344	1 064	756
никогда не покупали									
Общий итог	1 548 526	448 056	219 828	132 748	89 488	64 666	50 246	40 152	30 450

Активные

Отток

Предотток

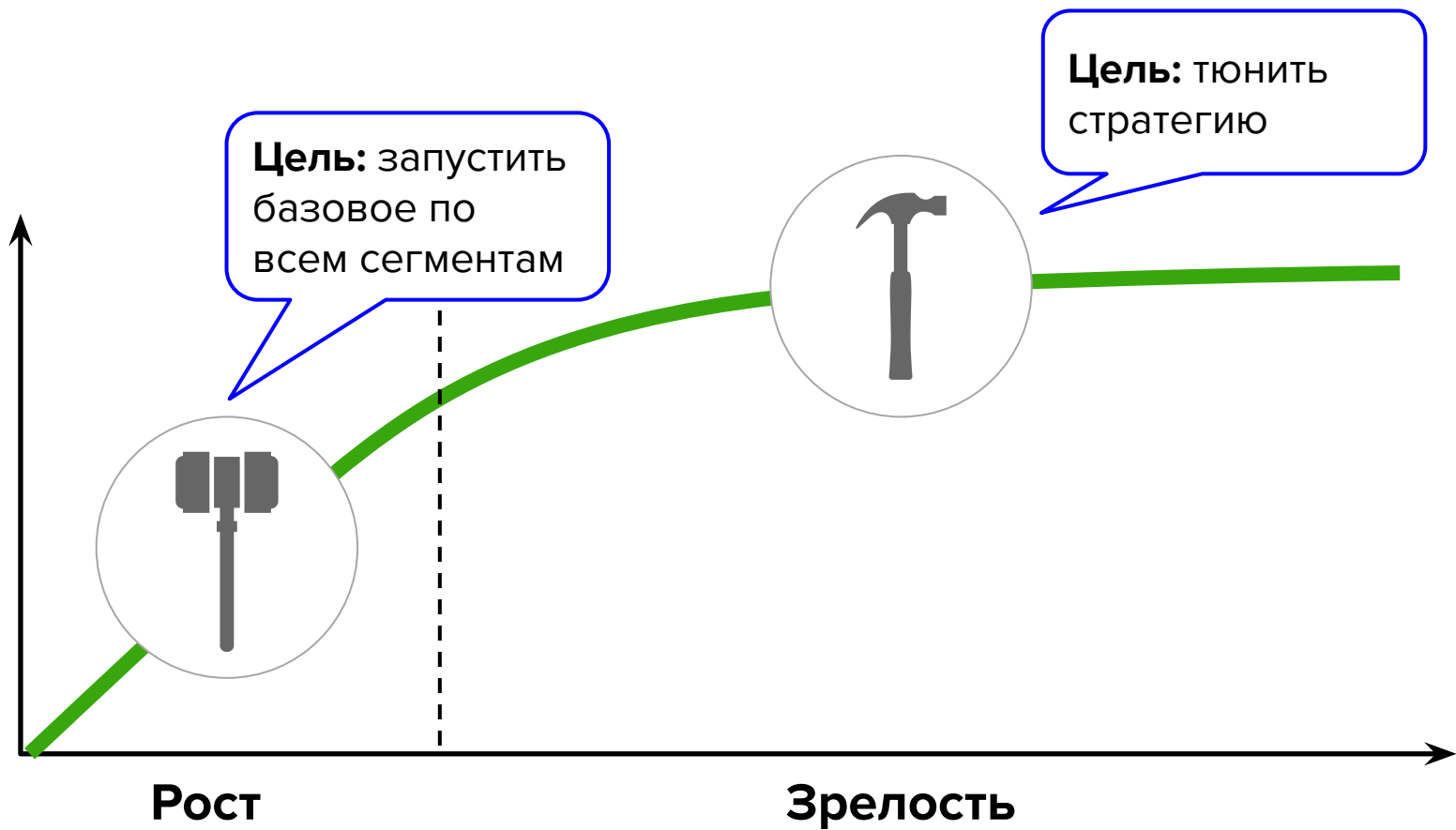
Отток
Новичков



Итого:

Вы на этапе роста, если

- Доля выручки по direct-каналам ниже среднего по вашей индустрии
- Меньше 10 триггерных механик
- Не все сегменты ежемесячно получают рассылки



2

Что мешает работе на этапе зрелости?

статистика на порядке 100 работающих клиентов

Спросите у маркетолога:

Сколько запущено
за 3 месяца



Хорошая скорость:

3-4

триггерных рассылки

— или —

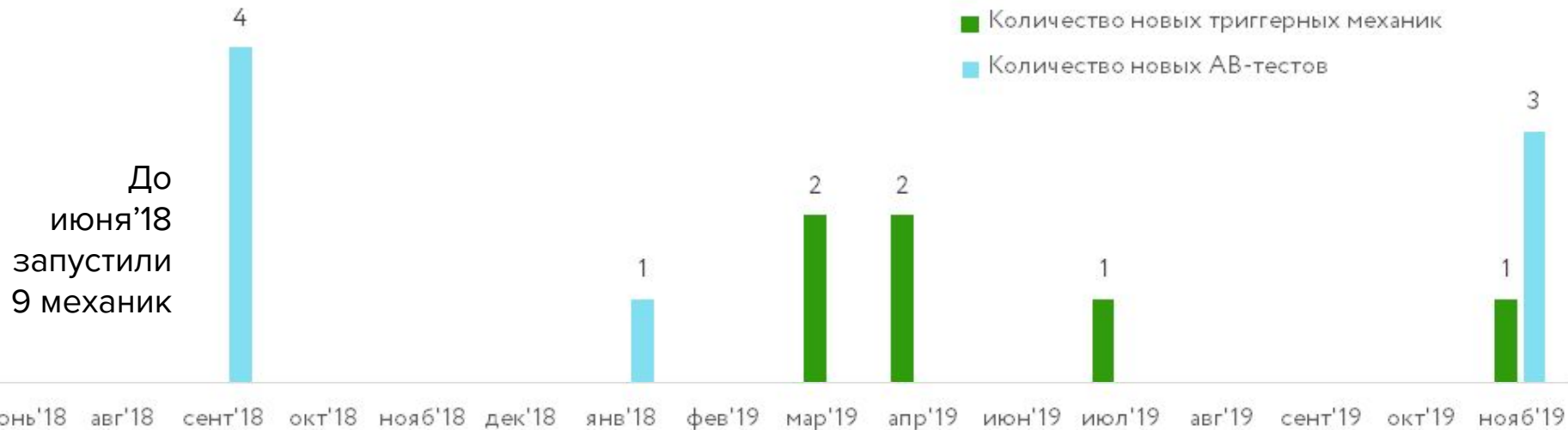
АВ-теста в месяц

- Хомо сапиенс
- Перфекционизм
- Мало ресурсов

Маркетолог работает на **неверную** цель

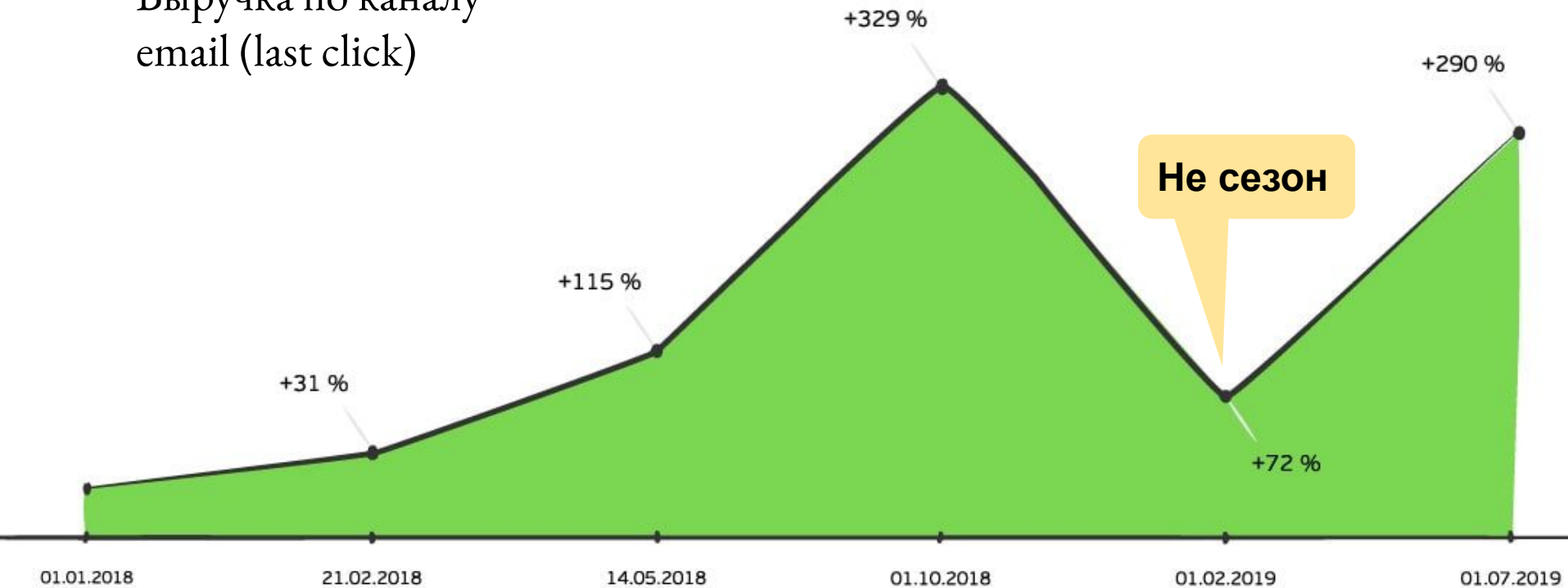
Количество новых запусков (триггеры и АВ-тесты)

Магазин детских товаров



Верная цель — выручка

Выручка по каналу
email (last click)



Или просто
очень занят



Помощь

Менеджер по интернет-маркетингу

до 95 000 руб. на руки

Русклимат ✓

● Водный стадион, Москва, Нарвская улица, 21

ОБЯЗАННОСТИ:

- Продвижение интернет-магазина в Яндекс Маркет;
- Работа с вендор-кабинетом Яндекс Маркет (аналитика, отчеты обновление к...
- SEO сайта интернет-магазина: технический аудит, работа с панелями взбмас...
постановка задач web-разработчикам, подготовка ТЗ для написания текстово...
страниц сайта, формирования заголовков и мета-описаний, наращивание ссс...
- Web-аналитика, анализ источников трафика, выработка рекомендаций по оп...
источников трафика (CPC, CPL, CPO);
- Аналитика рекламных кампаний по целевым конверсиям, выработка предло...
повышения конверсии входящего трафика в целевые действия;
- Лидогенерация;
- e-mail маркетинг: настройка сценариев, RFM-анализ
- Построение системы визуализации отчетности



**Мало опыта
или не хватает
компетенций**

1 триггерная рассылка в месяц?

Что-то не так!

- Хомо сапиенс
- **Перфекционизм**
- Мало ресурсов

“для blackberry
шапка чуть едет
вправо”

“кнопки гигантские”

“нужно иконку
больше делать”

“давайте кнопку
сделаем пошире”

“в lotus поправьте
верстку”

“коллеги, а у нас в explorer
не совсем правильно
отображается”

“логотип на пару
пикселей подвиньте”

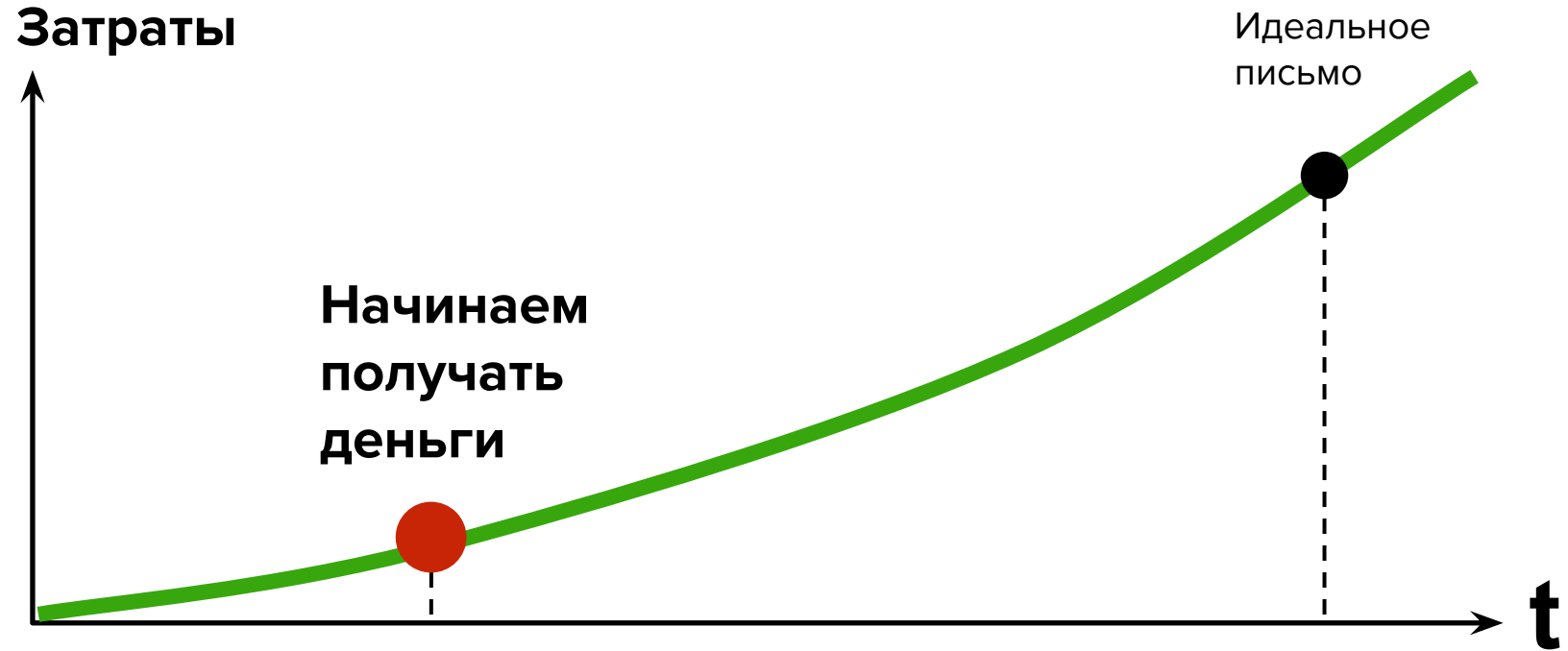
“как-то колхозненько
— давайте филотевым лучше”

“коллеги, пока не
отправляем, ждем
согласования прехедера”

“перед запусках хотели бы
проверить на **всех**
ВОЗМОЖНЫХ почтовиках и
устройствах”

Кто узнал себя?

Модель затрат на письмо



Level.Travel

Письмо для клиентов из
Уфы, которые
зарегистрировались в
специальном лендинге



По статистике, примерно половина всех российских путешественников отправляется к морю не из Москвы, а других городов. И мы очень рады приложить к этой статистике руку, поэтому с удовольствием дарим вам этот промокод на вылет из Уфы.



Выбрать тур

Промокод на 1 500 Р действует для туров от 50 000 Р при покупке в ближайшую неделю.

Выберите один из тысяч туров от всех туроператоров на [Level.Travel](#) и устройте себе отпуск мечты, потому что разве бывает какой-то другой?

Вперед, туда, где солнце!
Команда Level.Travel


LEVEL TRAVEL




Как забронировать тур?
Календарь низких цен
Отзывы

Принцип Достаточно хорошо

Разумный способ путешествовать



По статистике, примерно половина всех российских путешественников отправляется к морю не из Москвы, а других городов. И мы очень рады приложить к этой статистике руку, поэтому с удовольствием дарим вам этот промокод на вылет из Уфы.




Промокод на 1 500 Р действует для туров от 50 000 Р при покупке в ближайшую неделю.

Выберите один из тысяч туров от всех туроператоров на [Level Travel](#) и устройте себе отпуск мечты, потому что разве бывает какой-то другой?

Вперед, туда, где солнце!
Команда Level Travel

LEVEL TRAVEL



Как забронировать тур?
Календарь низких цен
Отзывы

Картинка слишком большая

А шрифт — мелкий

Давайте уберем подарок и посмотрим, что получится

Слишком яркий синий, можно голубой как рамка для промокода?

Шаблон помогает

ПЕТРОВИЧ Ваш кабинет


Каталог Акции Новинки

Здравствуйте!

Встречайте новинки от международного бренда **STANLEY**: плоскогубцы и кусачки, рулетки, отвертки, ножницы по металлу, ящики для инструмента, трубные ключи, наборы гаечных ключей, маркеры и не только.

Профессионалы ценят **STANLEY** за сбалансированное сочетание характеристик, надежности и цены. Оцените и вы!

НОВИНКИ



Отвертки

Серия **CushionGrip** — это:

- ✓ Магнитное жало машинной обработки.
- ✓ Стержень из хромованадиевой стали.
- ✓ Эргономичная рукоятка.

от 148 р.

[Купить](#)

Ящики для инструмента

Серия **Cantilever Pro** — это:


- ✓ Комбинированная конструкция для удобства доступа.
- ✓ Высокий класс (IP54) защиты инструмента от пыли и влаги.

от 474 р.

[Купить](#)

STANLEY — это бренд со 175 летней историей, производящий весь ассортимент ручного инструмента, электроинструмента и систем хранения.

Рулетки




Серия **Max** — это максимальное удобство пользования: карабин для ношения на поясе и съемный магнит на ленте.

от 649 р.

[Купить](#)

Плоскогубцы и кусачки






Серия **Fatmax** — это:





- ✓ Улучшенная эргономика.
- ✓ Износостойкая сталь.
- ✓ Сделано во Франции.

от 933 р.

[Купить](#)

Все новинки STANLEY

 <p>Маркер перманентный красный</p> <p>156 р. по карте клуба 161 р.</p> <p>Купить</p>	 <p>Отвертка крестовая 45 мм</p> <p>186 р. по карте клуба 191 р.</p> <p>Купить</p>	 <p>Набор шестигранных ключей 1,5-6 мм (8 шт)</p> <p>215 р. по карте клуба 221 р.</p> <p>Купить</p>
---	--	---

Купить	Купить	Купить
 <p>Кусачки диагональные 160 мм</p> <p>933 р. по карте клуба 952 р.</p> <p>Купить</p>	 <p>Нож для теплоизоляции 350 мм</p> <p>1316 р. по карте клуба 1357 р.</p> <p>Купить</p>	 <p>Организатор вертикальный</p> <p>1767 р. по карте клуба 1822 р.</p> <p>Купить</p>
Все новинки STANLEY		
Показываем и рассказываем		
Ваша карта Клуба Друзей: 15689		
		
Звоните нам по любым вопросам		
8 (499) 334-88-88 Крупнооптовый Call-Центр		
<small>Указанные цены актуальны на момент отправки письма. Не видео картинок? Напишите сюда. Вы получили это письмо, так как подписались на рассылку от Петрович. Вы можете отказаться от них в любой момент <(-) ИНН 7802348190, ОГРН 1047802348005. Юридический адрес: 182230, город Санкт-Петербург, улицей Софийская, дом 59, корпус 2, строение 1, помещение 44</small>		
<small>Политика конфиденциальности</small>		



**Согласовывать
каждое письмо**



**Утвердить шаблон
и спать спокойно**

Вы должны **верить** в него



**Шаблон
хороший**

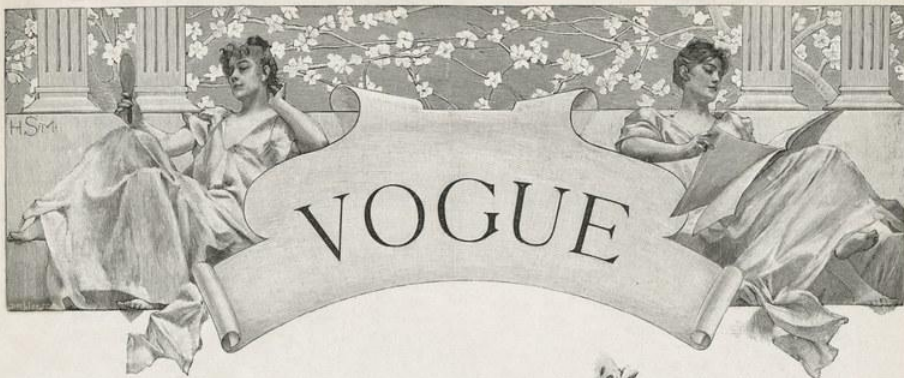
=



**Земля
круглая**

17 DECEMBER 1921 PRICE TEN CENTS

VOL. 1, NO. 1, COPYRIGHT, 1921, BY THE FASHION COMPANY. PUBLISHER'S ANNOUNCEMENTS PRECEDE ADVERTISING PAGES. ENTERED AT NEW YORK CITY P. O. AS SECOND CLASS MATTER.



Первый шаблон — не навсегда

Новый шаблон можно сделать через пол года-год, когда на реальных запусках поймем, где хотелось бы улучшить



3 недели
согласований?

Что-то не так!

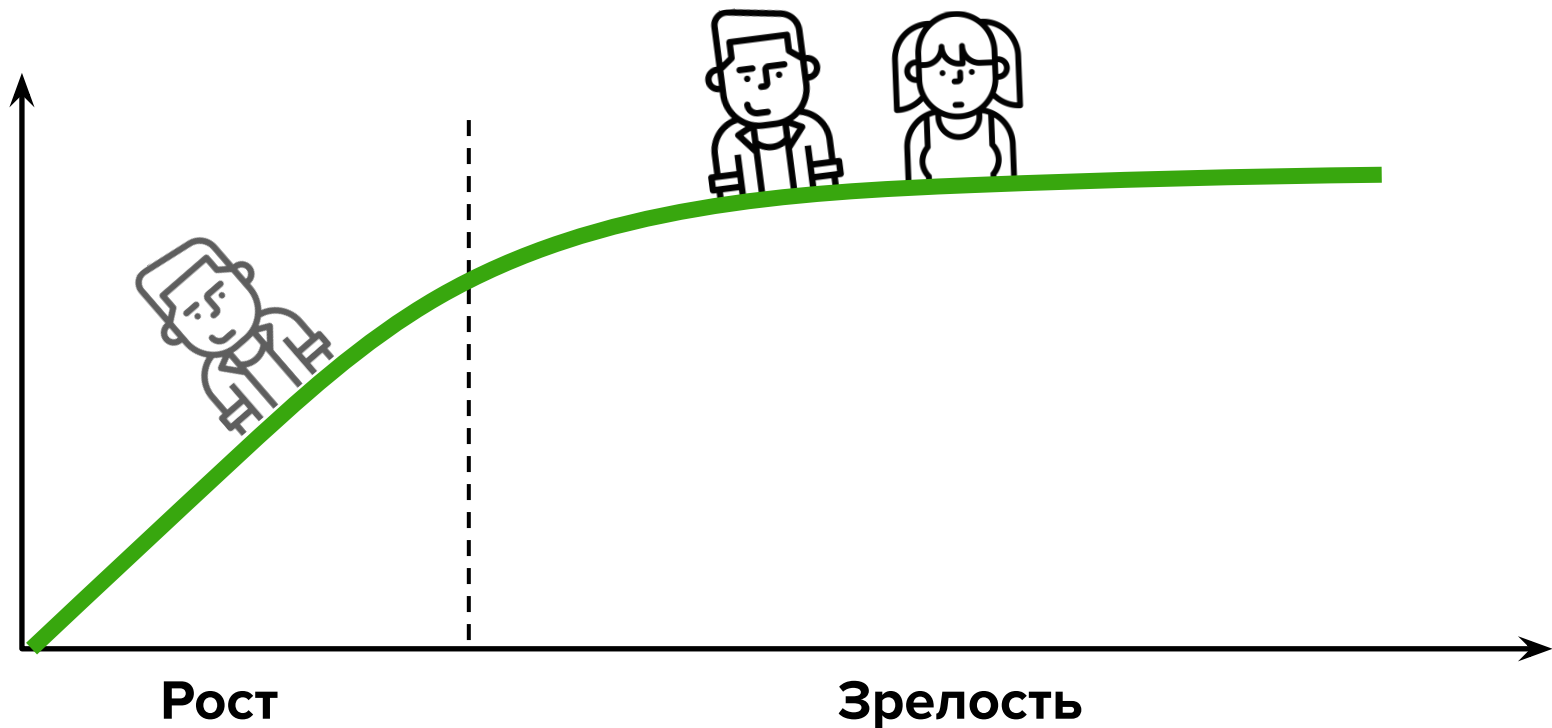
- Хомо сапиенс
- Перфекционизм
- **Мало ресурсов**



Ресурсов должно быть достаточно

- дизайн
- копирайт
- верстка
- разработка

Зрелости нужно больше ресурсов





*Эти товары уже
ждут вас!*

Спешим сообщить вам, что ваш заказ уже собран и ждёт, когда вы придёте его забрать :)

Напоминаем, что вы можете забрать заказ по адресу Черняховского ул., д. 5, к. 1, Москва .

График работы магазина: пн.-сб. 9.30 - 22.30 вс. 11.00 - 22.00

Все, что вам нужно будет сделать - это назвать номер вашего заказа на кассе. Напоминаем, что номер вашего заказа **№07764**

Адреса винмаркетов
+7 (495) 108 68 68 (Москва);
+7 (495) 108 68 68(СПб)



Вы получили это письмо, потому что подписаны на рассылку сети винмаркетов «Ароматный Мир».
Если вы не хотите получать письма, то, пожалуйста, нажмите [здесь](#).

Новые интеграции спустя 2 года

Решили улучшить цепочку писем от создания заказа до самовывоза





Нужна сегментация по Способу оформления заказа (сайт или колл-центр).
Оказалось, нужного поля в Mindbox нет




Поставили задачу в разработку


Магазин медицинских товаров

Проводим опрос по клиентской базе и приглашаем к врачу. 2.09 отдали бриф

  Ирина, мы хотим сделать письмо от имени директора ИМ, Sep 2 ...


Беру пока что неделю.

 Хорошо 🙌



 **Ирина Дерман**, маркетолог Sep 9 ...

привет. Письмо готово? 🙌


  Ирина , готовим. Sep 9 ...


 **Ирина Дерман**, маркетолог Sep 12 ...

тут рассылка будет готова только после той, что в механике по сбору email? 🙌


  Ирина Sep 12 ...

Дизайнер уже рисует и верстает.


 Спасибо 🙌


 **Ирина Дерман**, маркетолог Sep 17 ...

тут письмо еще не готово? Есть какие-то сроки от дизайнера? 🙌


 Sep 17 ...

На этой неделе обещал сверстать.


 Хорошие новости! 🙌

 **Ирина Дерман**, маркетолог Sep 23 ...


добрый день. Письмо еще не готово? 🙌

 **Ирина Дерман**, маркетолог Sep 25 ...


от дизайнера-верстальщика нет новостей? 🙌

 Sep 25 ...



Дизайнер сейчас занят на распродаже. Ждём. 🙌

 **Ирина Дерман**, маркетолог Sep 25 ...

Может я смогу сверстать, если дизайн готов. 🙌

 **Ирина Дерман**, маркетолог Oct 7 ...

добрый день. Подскажите, что с рассылкой, когда письмо будет готово? 🙌

  Ирина , оно уже готово. Запустим скоро в работу. Oct 7 ... 🙌

3 недели на дизайн и копирайт?

Что-то не так!

Если скорость запуска низкая,

Стоит проверить:



- Маркетолог справляется с задачей
- Маркетолог не перегружен другими задачами, у него хватает времени на direct-маркетинг
- Стоят правильные цели — на запуск
- Согласование не занимает много времени (принцип «достаточно хорошо»)
- Медленная интеграция не мешает запускам
- Ресурса дизайнера и копирайтера достаточно

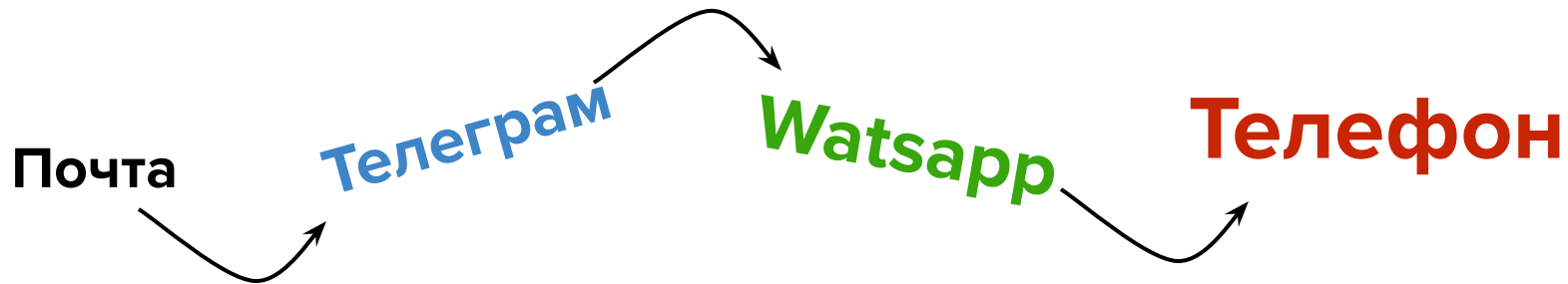
Что делать, если ресурс — узкое место?

- Признать, что ресурс — узкое место
- Донести до «ресурса» важность запусков
- Поменять приоритет самих запусков — начинать с того, где ресурса хватает
- А нужно ли это письмо? Ресурс окупится?
- Взять ресурс на аутсорс
- Интеграцию часто можно сделать проще, чем кажется (через GTM для сайта, например)

3

Процессы *и* инструменты

Типовой процесс взаимодействия



Наши инструменты

- **Basecamp**

если много мелких задач, в каждой 1-2 ответственных

- **Trello**

если проблемы со скоростью и/или много сторон для решения задачи (3+)

- **Slack** — замена кучи мессенджеров

- **Google.Doc**






Basecamp или любой task- менеджер

- Срез ситуации целиком
- История обсуждений / согласований / запуска
- История закрытых задач
- Авторизация результата.
Закрыл мелочевку, а допамин словил

19/26 completed














Интеграция (сайт)

Удалить лишние пункты, добавить необходимые. Выставить даты реализации.

- ☐ (hold) Добавить трекинг захода на страницы  1  Elena K.
- ☐ Вопрос про передачу отписок из LT к нам  Mon, Nov 11  Юлия Т.
- ☐ Передача Добавление в избранное с сайта  3

31/49 completed

План кампаний

- ☐ Кейс 
- ☐ Ежемесячное обновление презентации  3  Tue, Nov 5  Юлия Т.
- ☐ Переделать блочный шаблон  18  Tue, Nov 19  Olga M.
- ☐ (push) Пуш просмотр тура  34  Thu, Nov 14  Юлия Т.
- ☐ (email) Брошенная оплата  19  Mon, Nov 11  Юлия Т.

8/18 completed

АВ-тесты по всем каналам

- ☐ (AB) Многократный вход на сайт - напоминание с промокодом  17  Mon, Dec 23  Юлия Т.
- ☐ (AB) Брошенная оплата - сравнение с КГ  2  Thu, Nov 21  Юлия Т.
- ☐ (AB - классный) Брошенный отель - тест шаблона, наличие реко  19  Mon, Sep 16  Юлия Т.
- ☐ (reminder) Раз в месяц прячем неактуальные промо  3  Thu, Dec 5  Юлия Т.

Столбец идей

Клиент согласен

Берём интервью у клиента

Аудио в текст

Читает эксперт

Автор до чистовика

Читает клиент

Работает корректор

Верстка в блог

БЭЖЛОГ ИДЕЙ - КОГДА ЗАСТРАЛО - @marincheva АРХИВИРУЕТ

Строительный двор: история успеха

Медарпорт: история успеха

Постмастеры - польза, сложность, вопросы

Как установить аватарку в рассылщиках

Интеграция с Яндекс аудиториями

Как использовать товарные рекомендации в письмах

VC Автоматизация внутренних процессов

Интервью Ostin

Интервью "Подари жизнь"

Интервью с клиентами

Истории успеха

Истории успеха с клиентами

Маркетинг

58 Маркетинг-статьи

МЕНЕДЖЕР ПОЛУЧИЛ СОГЛАСИЕ КЛИЕНТА + ЕСТЬ МЕТРИКИ -> можно вытягивать дальше ->

<Хелп по отправке AMP в Mindbox>

Статья в блог про прогрев базы

Видеоотзыв Dogeat

Интервью с владельцем и маркетологом Madrobots

БЕРЕМ ИНТЕРВЬЮ У КЛИЕНТА/ МЕНЕДЖЕРА/ЭКСПЕРТА

Perelkrestokki: история успеха

Уч.иру: история успеха

РАСШИФРОВКА ИНТЕРВЬЮ НА ФРИЛАНСЕ (см. контакты в "Фрилансеры и оплата)

+ Добавить карточку

ПОДГОТОВКА ЧЕРНОВИКА -> ПОКАЗАТЬ ЭКСПЕРТАМ (если надо)

Инфраструктура Mindbox

Возможности CDP для медийной рекламы

Психологический план создания или изменения программы лояльности

Level.Travel: история успеха

Азбука Мебели: история успеха

Как сделать, чтобы А/В-тесты принесли деньги

ПИШЕМ ДО ЧИСТОВИКА

PRINT BAR

Printbar: история успеха

+ Добавить еще одну карточку

КЛИЕНТ/ЭКСПЕРТ ВЫЧИТЫВАЕТ ЧИСТОВИК (заменени сначала фаундеров/@turkina/@marincheva а потом - клиента)

Октябрь — продуктовый дайджест

Видеоотзывы BOOK24

CINZANO

Чинзано: история успеха

VASSA&Co.

Vassa: история успеха

Dogeat: история успеха

Etuz: история успеха

Видеоотзыв Связной

Связной: история успеха

КОРРЕКТОР ВЫЧИТЫВАЕТ + АВТОР ПИШЕТ ПОСТ В FB - (заменени @elinaan/@ermolova - корректура + @liubarova пишет пост с @ssemochkin)

COSMORELAX

Cosmorelax: история успеха

12STOREEZ

12storeez: история успеха

Тройка: передать пост

Рейтинг рассылщиков

Вакансия CRMщика в Спорт-марафон

ВЕРСТКА В БЛОГ + ДИЗАЙН КАРТИНОК -> ПРИКРЕПИ GOOGLE DOCS (открой доступ + замениени @trofimova_intensa)

Додо пицца: история успеха

+ Добавить еще одну карточку

НАЖАТЬ БЛОГЕ И @liubarova КАЛЪКУ @менеджера дает

+ Доба

Trello

4

**Что делать, когда
закончились идеи?**

Анализируйте запущенные механики и улучшайте

1

LEVEL TRAVEL

Добро пожаловать в мир прогрессивных путешественников!

Лариса, поздравляем!

Теперь вы в клубе прогрессивных путешественников [Level.Travel](#)

[Level.Travel](#) - сервис бронирования туров онлайн. Представьте, что планируете отпуск, вы одновременно приходите сразу к 20 туроператорам, изучаете все их предложения, выбираете самые выгодные и покупаете лучшее. И всё это — за 2 секунды. Так мы и работаем.

В трёх следующих письмах мы расскажем, как с максимальной отдачей использовать все возможности [Level.Travel](#), чтобы быстро искать, легко выбирать и выгодно покупать туры. А начнём прямо сейчас.

Календарь лучших цен

Самые низкие цены на 3, 7, 11 и 14 ночей — с датами и странами

1 шаг
Перейдите на страницу [Календаря лучших цен](#) и выберите страну, где хотите отдохнуть

2

LEVEL TRAVEL

Как найти горячий тур с 70% скидкой

Лариса, здравствуйте!

Мы продолжаем делиться лайфхаками [Level.Travel](#) о поиске и выборе выгодных туров и сегодня познакомим вас ещё с одним.

Лента горящих туров

Специальный робот выбирает самые выгодные предложения

1 шаг
Перейдите в [Ленту горящих туров](#) и отсортируйте ее как вам удобно: по ценам или по датам

2 шаг
Если у вас есть особые требования — звездность отеля, количество ночей, питание — отметьте их в фильтре

3

LEVEL TRAVEL

Как выбрать и купить тур, если вы не знаете, куда хотите

Лариса, здравствуйте!

Признайтесь, так иногда бывает — хочется просто взять и уехать к солнцу! Или в снега. Или погулять по развалинам древней цивилизации. И решительно непонятно, что из этого привлекает больше.

К счастью, наш сегодняшний лайфхак — как раз для таких ситуаций: у вас есть сумма, даты, вы знаете в какой компании едете, но ещё не решили, куда.

Подборщик отпуска

Не знаете, куда поехать? Подберем страну для отдыха

1 шаг
Выберете город вылета и месяц поездки

2 шаг
Если вы еще не выбрали страну, перейдите на страницу [Подборщика туров](#)

Level.Travel

Доход от рассылок:

1. 1 145 351 р
2. 828 660 р
3. 124 651 р

Перезапускаем Welcome-3 в АВ-тесте

Все изменения — через АВ-тест

Магазин медицинских товаров

Старая тема:

Брошенный просмотр товара

Open rate 51%
Click rate 6,5%

Новая тема:

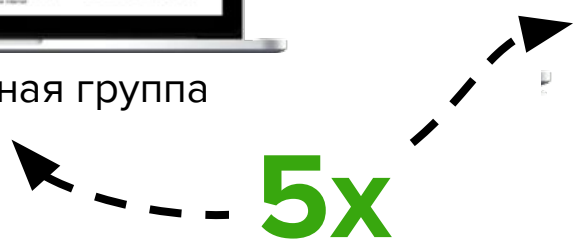
Не можете выбрать? Мы поможем!

Open rate 44%
Click rate 4,8%

Netflix тестирует главную страницу



контрольная группа



«кнопка» давала
больше подписок




тестовый прототип

Mindbox: изменения через АВ-тесты

Тема 1:

Вебинар о системе Mindbox
уже через 6 дней! 🍿

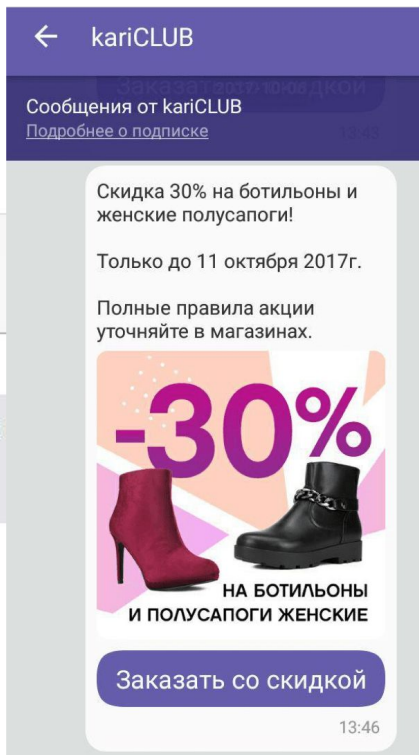
Тема 2:

План вебинара о системе Mindbox
здесь  Не пропустите 13.02

	Участие в рассылке	Отправлено	Показатель открытия	Показатель кликов	Состояние
Вариант 1	60	59	42,37 %	1,69 %	Остановлен
Вариант 2 определен как лучший, различия статистически значимы. Результаты неудовлетворительные: отклик ниже ожидаемого 93,62%.					
Вариант 2	48	48	63,83 %	2,13 %	Работает

Kari: изменения через АВ-тесты

Провели
тест



Повторили
результат
через год



Karī: изменения через АВ-тесты

Группа А

Группа В, тестовая

*Группа С,
контрольная*

Всем было
отправлено
сообщение

Сегментированный
подход: не всем было
отправлено сообщение

Никто не
получил
сообщение

Из группы В исключили 15% получателей:

- Клиенты, которые в этом сезоне уже купили женскую осеннюю обувь
- Мужчины
- Покупают детям (выявили по истории покупок)
- Покупают много, но не обувь (выявили по истории покупок)
- Клиенты, кому за последнее время уже было отправлено несколько SMS, но они не обратились за покупками

Karī: Снизили затраты на 19%

	<i>Группа А</i>	<i>Группа В, тестовая</i>	<i>Группа С, контрольная</i>
	Всем было отправлено сообщение	Сегментированный подход: не всем было отправлено сообщение	Никто не получил сообщение
Конверсия в покупку	3,11% (нет значимой разницы с группой В)	3,10% (нет значимой разницы с группой А)	2,8% (значимо ниже, чем в группах А и В)
Затраты на один заказ, рубли	19,7 рублей	16,8 рублей	0 рублей



Устройте брейндамп!

Где все можно

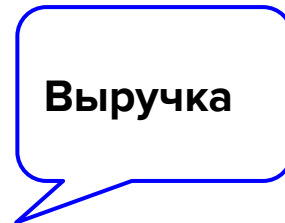
Кредо хорошего брейндампа

**Я необязательно прав,
а вам необязательно что-
либо делать из
вышесказанного**

Сегментировали базу


Для сети ресторанов

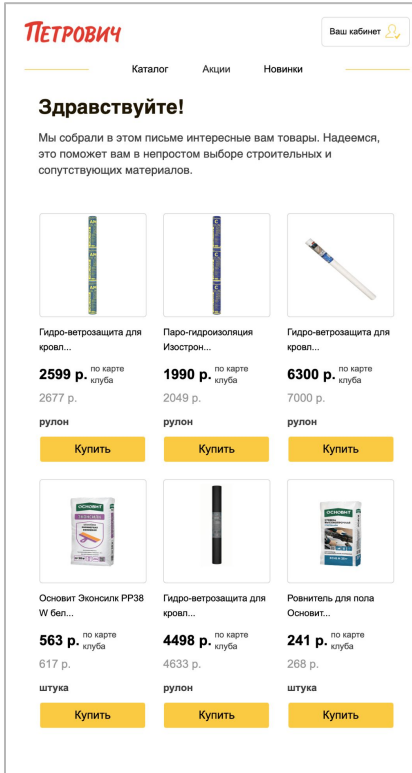
	посещают 1 раз в месяц	посещают 5 раз в неделю
Еда	46%	31%
Алкоголь	8%	13%
Безалкоголь	22%	13%
Кальян	22%	41%



Сегментация по «Типу ремонта»

Петрович

- 19 сегментов по типу ремонта
 - 19 разных писем “брошенная категория”
- 
- то же количество отправленных
 - в 2 раза больше кликов









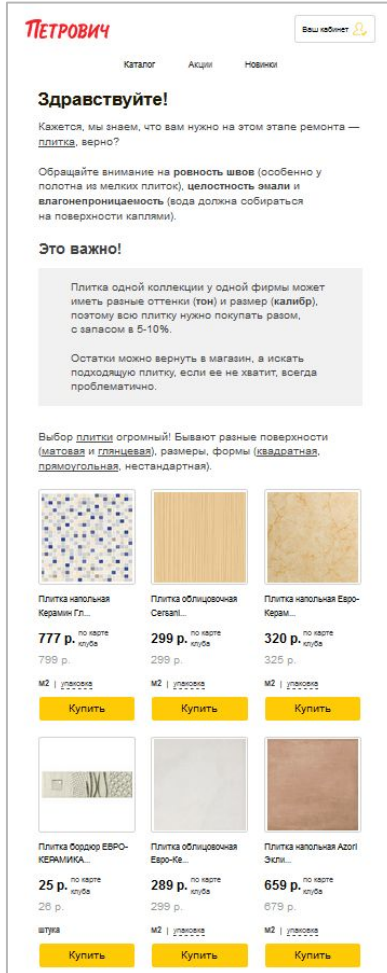
ПЕТРОВИЧ Ваш кабинет

Каталог Акции Новинки

Здравствуйте!

Мы собрали в этом письме интересные вам товары. Надеемся, это поможет вам в простом выборе строительных и сопутствующих материалов.

 <p>Гидро-ветрозащита для кровл...</p> <p>2599 р. по карте клуба 2677 р. рулон</p> <p>Купить</p>	 <p>Паро-гидроизоляция Изострон...</p> <p>1990 р. по карте клуба 2049 р. рулон</p> <p>Купить</p>	 <p>Гидро-ветрозащита для кровл...</p> <p>6300 р. по карте клуба 7000 р. рулон</p> <p>Купить</p>
 <p>Основит Эконоклик PP38 W бел...</p> <p>563 р. по карте клуба 617 р. штука</p> <p>Купить</p>	 <p>Гидро-ветрозащита для кровл...</p> <p>4498 р. по карте клуба 4633 р. рулон</p> <p>Купить</p>	 <p>Ровнитель для пола Основит...</p> <p>241 р. по карте клуба 268 р. штука</p> <p>Купить</p>



ПЕТРОВИЧ Ваш кабинет

Каталог Акции Новинки

Здравствуйте!

Кажется, мы знаем, что вам нужно на этом этапе ремонта — [плитка](#), верно?

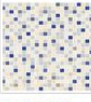

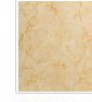



Обращайте внимание на **ровность швов** (особенно у поддона из мелкой плитки), **целостность** (целостность эмали и влагопроницаемость (вода должна собираться на поверхности каплями)).

Это важно!

Плитка одной коллекции у одной фирмы может иметь разные оттенки (тон) и размер (калибр), поэтому всю плитку нужно покупать разом, с запасом в 5-10%.

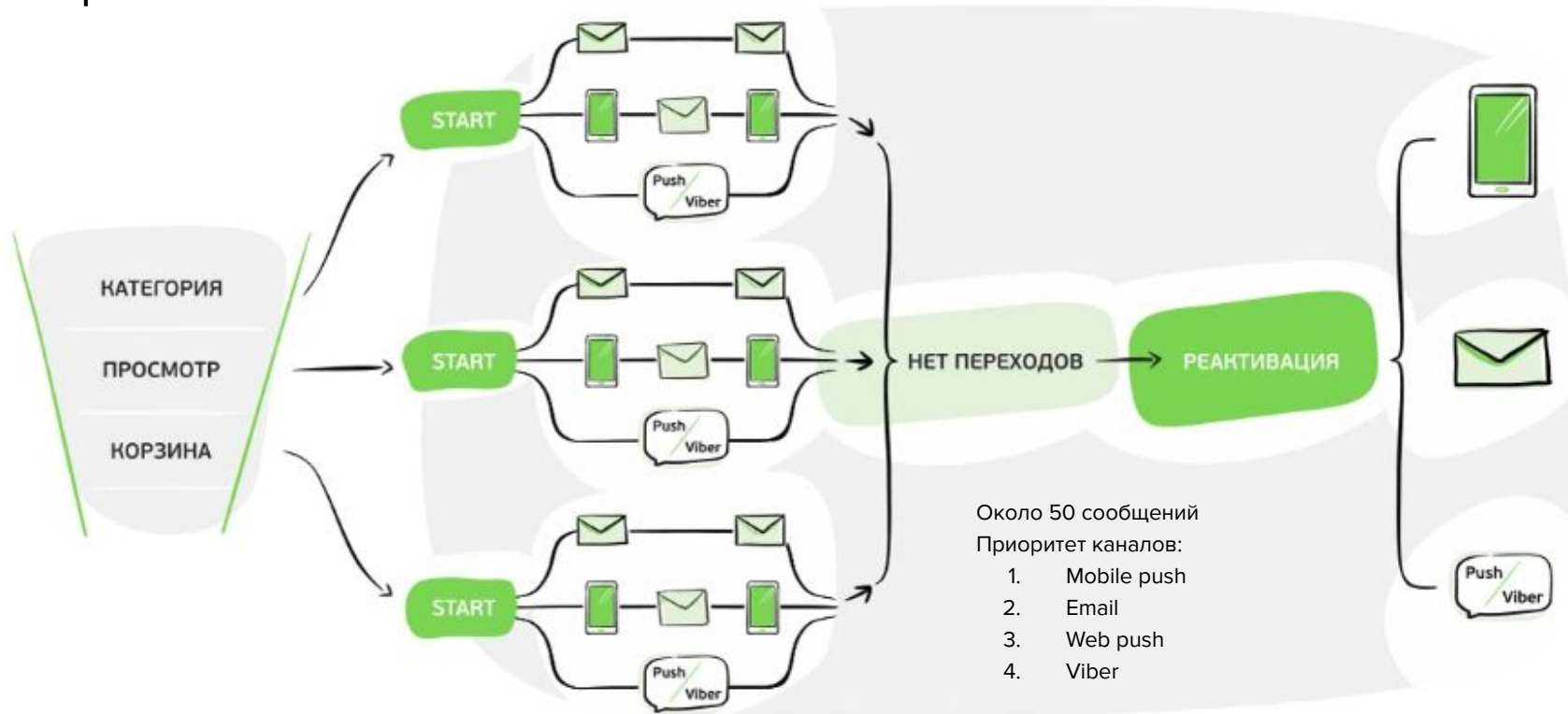
Остатки можно вернуть в магазин, а искать подходящую плитку, если ее не хватит, всегда проблематично.

Выбор [плитки](#) огромный! Бывают разные поверхности ([матовая](#) и [гляnceвая](#)), размеры, формы ([квадратная](#), [прямоугольная](#), нестандартная).

 <p>Плитка напольная Керамин Гл...</p> <p>777 р. по карте клуба 789 р. м2 узнать цену</p> <p>Купить</p>	 <p>Плитка облицовочная Сепалы...</p> <p>299 р. по карте клуба 299 р. м2 узнать цену</p> <p>Купить</p>	 <p>Плитка напольная Евро-Керам...</p> <p>320 р. по карте клуба 325 р. м2 узнать цену</p> <p>Купить</p>
 <p>Плитка Облицовочная Евро-КЕРАМИКА...</p> <p>25 р. по карте клуба 26 р. штука</p> <p>Купить</p>	 <p>Плитка облицовочная Евро-Ке...</p> <p>289 р. по карте клуба 299 р. м2 узнать цену</p> <p>Купить</p>	 <p>Плитка напольная Азори Экси...</p> <p>659 р. по карте клуба 679 р. м2 узнать цену</p> <p>Купить</p>

Пробуйте новые каналы

Петрович



Применить известное в новом контексте

(индустрия, канал, сегмент и т.п.)

СОХРАНИТЕ СПИСОК ТОВАРОВ

ПОЛУЧИТЕ СПИСОК ПРОСМОТРЕННЫХ ТОВАРОВ НА ПОЧТУ

Ваш email

ВЫСЛАТЬ ТОВАРЫ НА ПОЧТУ

SHOPAIR.RU
МЫ ПРОСМОТРЕЛИ ВАШ СПИСОК ТОВАРОВ

ДЛЯ ВОЛОС | ДЛЯ ЛИЦА | ДЛЯ ТЕЛА | SALE -50%

Здравствуйте!

Мы сохранили список просмотренных товаров, чтобы вам было удобнее к ним вернуться!

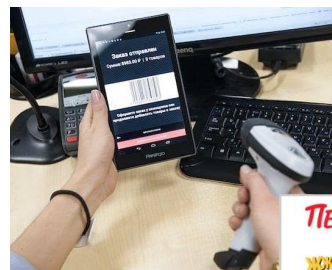
Ваши товары

	2 556 P		4 151 P
--	---------	--	---------

Вернуться на сайт →

ПРИСОЕДИНЯЙТЕСЬ К НАМ В СОЦСЕТЯХ

Онлайн



Оффлайн

Петрович Ваш кабинет

ЖСД Строительные материалы | Инструменты | Отделочные материалы

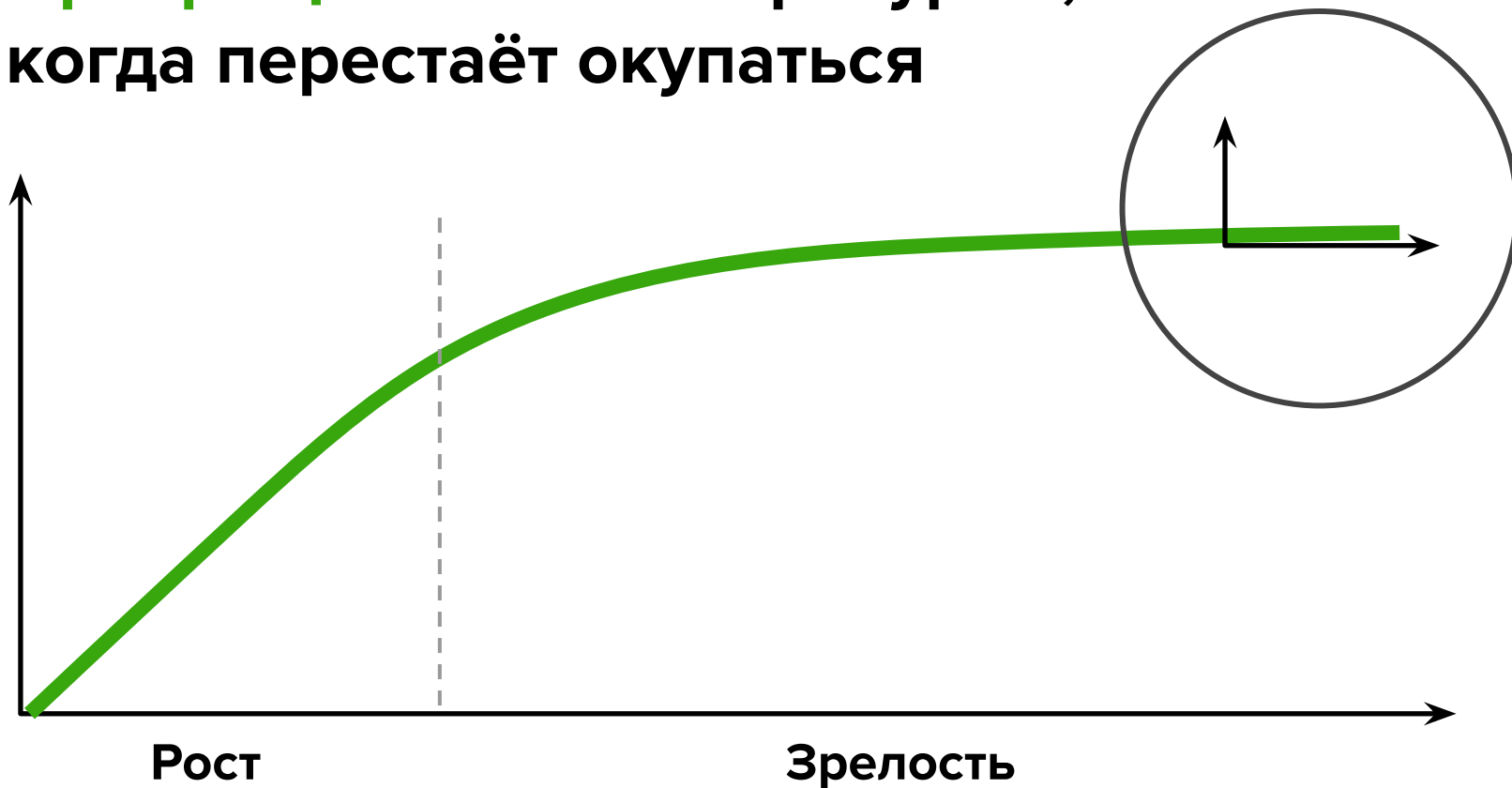
СПИСОК ВЫБРАННЫХ ТОВАРОВ

Здравствуйте!

Когда с идеи закончились

1. Улучшения через АВ-тест
2. Брейндамп
 - a. сегментация
 - b. новые каналы
 - c. заимствования

Прекращаем вливать ресурсы,
когда перестаёт окупаться



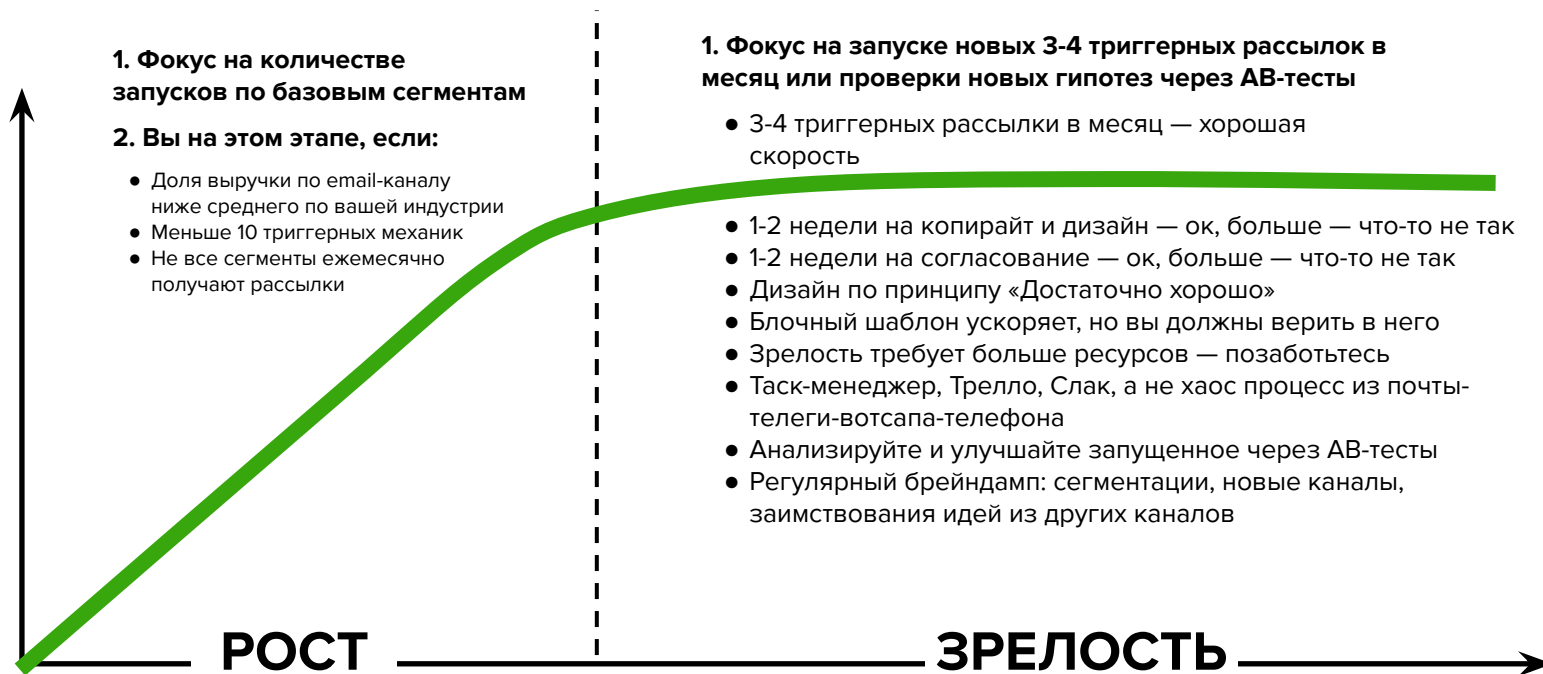
5

Резюме

Резюме:

Что делать/проверить в директ-маркетинге

Цель: рост выручки, лояльность



А теперь продажа :-)

156 т.р. / месяц

4 механики в месяц + отчет

НДС включен в цену

2

**СВОБОДНЫХ
МЕСТА**

Юлия Туркина

консультант-аналитик Mindbox
turkina@mindbox.ru



Критерии входа

- База > 30 тыс., 15 триггеров
- У вас не хватает времени или внимания на развитие
- Вам нужен человек, который будет советовать, что делать

Критерии выхода

- Много запусков без результатов
- Спустя мин. 3 месяца

Условия

- 1 час в неделю на согласования
- Не делаем дизайн и копирайтинг

156 т.р.

в месяц с НДС

4 механики в месяц

+ отчет