

**INTERNET  
EXPO2018**

# Как увеличить конверсию интернет-магазина средствами email-маркетинга в **6** раз

Кежелис Роман  
TrendKey

Выставка и форум, 11 и 12 октября 2018  
Екатеринбург, ЦК "Урал", Студенческая 3

# План

1. роль владельца интернет-магазина в проектировании прибыльного email-маркетинга;
2. сегментация клиентов до попадания в базу. Новая технология лидогенерации;
3. серии писем в email-маркетинге. Для чего нужны и почему именно серии;
4. как перестать хотеть и начать зарабатывать. Прислушайтесь к мнению профессионалов.



# 1. Роль владельца интернет-магазина в проектировании прибыльного email-маркетинга

Проектировать стратегию должны эксперты.

**Владелец (заказчик):**

- пишет все серии сам;
- или не мешает это делать экспертам.



# Узнаём себя) и так больше не делаем

- Я ничего в этом не понимаю.

Вы специалист.

Вот вам деньги,

расскажите, как

правильно

- Вот так правильно

- Я не согласен



**INTERNET  
EXPO2018**

## 2. Сегментация клиентов до попадания в базу. Новая технология лидогенерации “Лидоловка”

- поп-ап окно с выбором предпочтений;
- предлагаем бонус с дедлайном;
- клиент попадает в список UniSender;
- отправляем персонализированные серии с ценным контентом по каждому сегменту.



# ПРИМЕР СЕГМЕНТИРУЮЩЕЙ ЛИДОЛОВКИ ВНЕДРЕННОЙ В ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНЕ **MUZZONE.KZ**



**INTERNET  
EXPO2018**

Мы хотим стать еще полезнее для Вас!  
Поделитесь своими предпочтениями и  
получите **5 000 ₸** в подарок!

Выбрать предпочтения



ИНСТРУМЕНТЫ  
ДЛЯ  
НАЧИНАЮЩИХ



КЛАВИШНЫЕ



ГИТАРЫ



УДАРНЫЕ



ОБОРУДОВАНИЕ

Имя \*


Email \*

**Получить 5 000 ₸**

\* Минимальный заказ для использования бонуса 50 000 ₸

\* Поля обязательны для заполнения

# Итоги первой недели работы “Лидоловки”

- 
- **156** новых подписчиков при трафике 500+ в день;
  - конверсия в заказы **+20%**;
  - **30** отложенных заказов.



# Преимущества “Лидоловки”

- автоматически сегментируем клиентов;
- побуждаем сделать заказ;
- получаем структурированную базу.





### 3. Серии писем в email-маркетинге. Для чего нужны и почему именно “серии”

Единые письма работают плохо. Конверсия таких писем **менее 15%**. Для увеличения конверсий используют **серии писем**.



# ВЕЛКОМ-СЕРИЯ

Задача серии - приучить клиента **читать письма** и выстроить лояльность за счет ценного контента:

- отдельные письма для тех, кто уже совершил заказ, и для тех, кто еще этого НЕ делал;
- даем максимально полезный контент;
- предлагаем купон на покупку.



# РЕАКТИВАЦИОННАЯ СЕРИЯ

Для клиентов, которые долгое время не покупали:

- длительность - 25 дней;
- 4 письма;
- запуск через 30 дней после заказа;
- запуск, если клиент не читает письма более 90 дней.



# РЕАНИМАЦИОННАЯ СЕРИЯ

Уходит тогда, когда реактивация не сработала:

- длительность - 22 дня;
- 4 письма;
- запуск через 15 дней после реактивации;
- повышает качество базы.



# СЕРИЯ ДОПРОДАЖИ

## ПЕРСОНАЛИЗАЦИЯ И СЕГМЕНТИРОВАНИЕ

Персонализированные предложения,  
подготовленные на основе предпочтений клиента:

- максимальная сегментация базы;
- персональное общение с сегментами  
“на их языке”;
- допродажа не залежавшихся, а нужных товаров.



# ЗАБЫТЫЕ КОРЗИНЫ

Напоминаем о незавершенном заказе:

- ПИСЬМО-НАПОМИНАНИЕ;
- ПИСЬМО-УТОЧНЕНИЕ;
- ПИСЬМО-МОТИВАЦИЯ.



# СПАСИБО СЕРИЯ

Собираем отзывы клиентов:

- 4 письма;
- используем инструменты CRM и сервиса рассылок.



## 4. Как перестать хотеть и начать зарабатывать. Кейс увеличения конверсии в 6 раз

Мы реализовали:

- интересную велком-серию;
- вовлекающую серию по 4 сегментам;
- Cross-sell письма по 13 товарным группам;
- серию “Забытые корзины”;
- реактивационную серию базы.





# Пример оформления заказа



1. новый клиент попал в базу;
2. сделал заказ;
3. получил заказ;
4. повторная продажа;
5. возврат клиента;
6. прощаемся.



# График конверсии за год



**ИТОГ:**

**увеличение конверсии в заявки с 0,3 % до 1,91 %**



Источник Доход



**Email-маркетинг от UniSender -  
ОСНОВНОЙ ИСТОЧНИК КЛИЕНТОВ**

**ИТОГ:**

**email-маркетинг - второй по объему источник дохода**



## График продаж за год



**ИТОГ:**

**увеличение объема продаж после внедрения  
email-маркетинга**



# EMAIL-МАРКЕТИНГОВЫЙ АНАЛИЗ

## ОТ TRENDKEY

- индивидуальная маркетинговая стратегия;
- создана блок-схема автоворонки в формате pdf;
- проведен расчет эффективности рассылок;
- выдана оценка возврата инвестиций;
- предложено 3 варианта автоматических апсейл;
- 40 минут консультаций с экспертом

[ПОДРОБНЕЕ >>](#)



INTERNET  
EXPO2018

# КУРС ПО СОЗДАНИЮ ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНА И ВЫВОДУ БРЕНДА В ОНЛАЙН

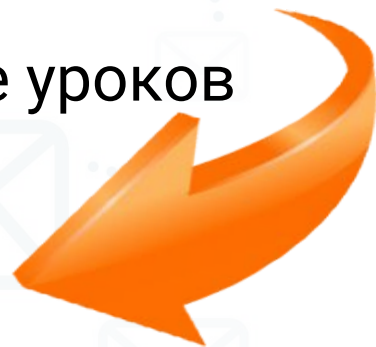
- за 95 дней создадим интернет-магазин;
- автоматизируем бизнес процессы и продажи средствами CRM и 1С;
- покажем процесс на примерах в режиме уроков

Бесплатно до 15.10.2018

**[ЗАРЕГИСТРИРОВАТЬСЯ >>](#)**



**INTERNET  
EXPO2018**



# КТО ОРГАНИЗУЕТ РЕАЛИТИ-ШОУ



# БОНУСЫ ОТ UNISENDER

- вебинар “Как увеличить продажи интернет-магазина” - [ССЫЛКА](#)
- бонус от UniSender, 15 \$ на счет для новых клиентов- [ССЫЛКА](#)
- Гайд: Автоматизация рассылок - [ССЫЛКА](#)





“

# Вопросы



**INTERNET  
EXPO2018**

# Спасибо

←—————→  
**ЗА ВНИМАНИЕ!**



[добавляйтесь ВК >>](#)



КЕЖЕЛИС РОМАН | TrendKeyIT



INTERNET  
EXPO2018