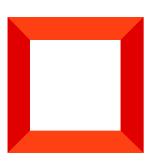


Создание триггерного письма

Создать триггерное письмо

Версия 8.0







Эта документация предоставляется с ограничениями на использование и защищена законами об интеллектуальной собственности. За исключением случаев, прямо разрешенных в вашем лицензионном соглашении или разрешенных законом, вы не можете использовать, копировать, воспроизводить, переводить, транслировать, изменять, лицензировать, передавать, распространять, демонстрировать, выполнять, публиковать или отображать любую часть в любой форме или посредством любые значения. Обратный инжиниринг, дизассемблирование или декомпиляция этой документации, если это не требуется по закону для взаимодействия, запрещены.

Информация, содержащаяся в данном документе, может быть изменена без предварительного уведомления и не может гарантировать отсутствие ошибок. Если вы обнаружите какие-либо ошибки, сообщите нам о них в письменной форме.

Содержание

Создать триггерное письмо	4
Внести основные данные триггерного письма	4
Добавить аудиторию триггерного письма	5
Настроить трекинг переходов из триггерного письма	5

Создать триггерное письмо

ПРОДУКТЫ: MARKETING

Триггерное письмо — это автоматическая рассылка, отправка которой инициируется при добавлении новых участников в ходе выполнения кампании.

На заметку. Триггерные письма в Creatio могут рассылаться только автоматически, запуск вручную невозможен. Также можно создать бизнес-процесс, который будет добавлять участников триггерной рассылки. Создание такого бизнес-процесса требует участия разработчиков.

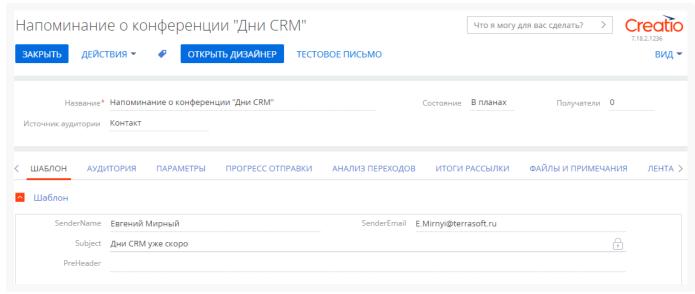
Например, отправка триггерного письма может запуститься в результате регистрации посетителя на сайте. Используйте триггерные письма для рассылки персонализированных сообщений, учитывая интересы конкретного клиента в данный момент времени: приветственные письма после регистрации, подтверждение оформления заказа, поздравление с днем рождения, напоминание о конце распродажи и т. д.

Существует возможность остановить триггерную рассылку вручную. Подробнее: Остановить рассылку.

Внести основные данные триггерного письма

- 1. Перейдите в раздел [Email].
- 2. В меню кнопки [Добавить] выберите команду [Триггерное письмо].
- 3. Заполните поле [*Название*] введите название нового триггерного письма. Название будет отображаться только в реестре раздела [*Email*], получатели его не увидят (Рис. 1).

Рис. 1- Создание триггерного письма



4. Подготовьте шаблон письма в дизайнере контента. Подробнее: Создать шаблон письма.

5. Перейдите на вкладку [*Параметры*] и укажите **тип рассылки**, например, "Специальная рассылка" или "Новости". Тип рассылки будет использоваться при реализации возможности подписки на определенный вид контента.

Перед запуском рассылки настоятельно рекомендуем **отправить тестовые письма**, чтобы проверить значения макросов в письме и отображение содержимого рассылки в разных почтовых клиентах. Подробнее: <u>Отправить тестовое письмо</u>.

Добавить аудиторию триггерного письма

В Creatio аудитория триггерного письма формируется автоматически на основании аудитории кампании, в которую включено письмо, и отклика участников на соответствующих шагах кампании. Аудитория триггерного письма наполняется в момент перехода к элементу кампании, связанному с соответствующим триггерным письмом. Элемент кампании добавляет участников согласно условиям, заданным при его настройке. Подробнее: Элементы кампании.

При этом выполняется ряд проверок получателей email. Это необходимо для того, чтобы письма были отправлены только тем контактам, которые в них заинтересованы, а также для сокращения количества ошибок доставки. Подробнее: <u>Запустить отправку триггерных писем</u>.

Настроить трекинг переходов из триггерного письма

Чтобы отслеживать переходы на сайт из триггерного письма, добавьте в него <u>UTM-метки</u>. Благодаря UTM-меткам вы сможете получить данные о количестве лидов, полученных в результате рассылки.

- 1. На странице письма перейдите на вкладку [Параметры].
- 2. В блоке [Трекинг переходов на сайт из email] установите признак [Использовать UTM-метки]. Укажите UTM-метки: "utm source", "utm campaign" и "utm medium".
- 3. Внесите в "Список доменов" те домены, для которых эти метки будут применяться при формировании ссылки перехода. Можно указать несколько доменов через запятую.
- 4. Сохраните изменения.