

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 | 6 |

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.

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

Напоминание о конференции "Дни CRM"

Что я могу для вас сделать? >

СОХРАНИТЬ ОТМЕНА ДЕЙСТВИЯ > >

Название* Напоминание о конференции "Дни CRM" Состояние В планах Получатели 0

< ШАБЛОН АУДИТОРИЯ ПАРАМЕТРЫ АНАЛИЗ ПЕРЕХОДОВ ИТОГИ РАССЫЛКИ ФАЙЛЫ И ПРИМЕЧАНИЯ >

Имя отправителя Атриус Email отправителя atrius@gmail.com

Тема Напоминание о конференции "Дни CRM"

▼ Шаблон Выбрать из справочника Редактировать Тестовое письмо

4. Перейдите на вкладку [*Шаблон*] и введите информацию, которая отобразится для получателя письма:

a. [*Имя отправителя*] — отобразится для получателя письма в строке отправителя. Если ваш email-адрес добавлен в адресную книгу получателя, то у него в почтовом клиенте будет отображаться имя из адресной книги.

b. [*Email отправителя*] — укажите email-адрес, с которого будут отправлены письма. Этот адрес отобразится для получателя письма в строке “От кого”.

При вводе email-адреса выполняется проверка его корректности. Проверяется наличие в адресе символов “@” и “.”, а также сопутствующего текста.

c. [*Тема*] — введите тему письма, которую получатель увидит до того, как откроет его содержимое. Тему рассылки можно персонализировать с помощью макроса.

Если шаблон письма будет выбран из справочника [*Шаблоны email-сообщений*], то тема письма заполнится автоматически.

d. Укажите **шаблон** (тело) письма. Нажмите кнопку [*Выбрать из справочника*] и выберите шаблон, предварительно сформированный в справочнике [*Шаблоны email сообщений*], например, “Новостной дайджест”.

Не используйте в тексте и в теме письма фразы и слова, которые считаются индикаторами спама. На подобные слова и фразы ориентируются спам-фильтры, чтобы распознать нежелательные рассылки. Такими словами, например, являются: “Нажми сюда!”, “Распродажа!”, “Бесплатно!”, FREE, SALE, BUY, \$\$.

Для редактирования тела письма нажмите кнопку [*Редактировать*]. Откроется [дизайнер контента](#), в котором вы сможете внести все необходимые изменения — отредактировать текст, изображения, ссылки, размер и фон страницы и т. п.

Вы также можете сформировать шаблон письма непосредственно в дизайнере контента, не используя справочник [*Шаблоны email сообщений*].

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: [Отправить тестовое письмо](#).

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: [Запустить отправку триггерных писем](#).

Настроить трекинг переходов из триггерного письма

Чтобы отслеживать переходы на сайт из триггерного письма, добавьте в него [UTM-метки](#). 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.