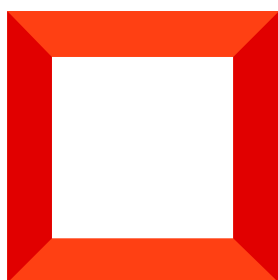


Дополнительные настройки рассылок

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

Настроить отписку от email-рассылок	4
Настроить страницу перенаправления отписавшихся	4
Добавить в шаблон письма ссылку отписки	4
Отправить тестовое письмо	6
Провести системную рассылку	9
Предотвратить отправку рассылок на один и тот же email	10
Настроить ограничение количества отправляемых писем	11
Разрешить мониторинг состояния рассылок службе поддержки	12
Реализовать подписку на разные типы рассылок	13
Настроить объекты для формирования аудитории массовых рассылок	14
Настроить срок действия рассылки	15
Настроить приоритет рассылки	16
Настроить временные интервалы разбора откликов	18
Настроить распределение отправки рассылки (троттлинг)	19
Прогрев холодной аудитории	19
Пользовательские лимиты	23
Настроить время доставки рассылки	24

Настроить отписку от email-рассылок

ПРОДУКТЫ: **MARKETING**

Добавьте **ссылку для отписки** в каждое письмо, которое вы отправляете получателям. Письма без ссылки отписки блокируются на сервере почтового провайдера и не доставляются.

Наличие ссылки отписки в шаблоне рассылки Creatio обязательно. При сохранении шаблона без ссылки отписки такая ссылка будет добавлена автоматически.


После перехода по ссылке отписки получатель будет направлен на **страницу отписки**. Вы можете сформировать ее на своем сайте или использовать готовую преднастроенную страницу Creatio. Если вы будете использовать свою страницу, то ее адрес необходимо указать в Creatio. Перед тем как отобразится страница отписки, будет выполнен незаметный для получателя автоматический переход на сервер Creatio, где фиксируется информация об отписке.

Настроить страницу перенаправления отписавшихся

В качестве страницы, на которую будет перенаправлен получатель письма после перехода по ссылке отписки, может быть использована:

- Автогенерируемая страница отписки системы, которая содержит текст: “Вы отписались от рассылки. Ваш email успешно удален из нашего списка”.
- Любая другая страница, настроенная на вашем сайте. Специальных требований по оформлению данной страницы нет, отписка происходит непосредственно при переходе по ссылке отписки. При этом контакту присваивается признак “Не использовать Email”.

Если на вашем сайте настроена собственная страница для перенаправления отписавшихся, то адрес этой страницы необходимо указать в Creatio. Для этого:

1. Откройте дизайнер системы по кнопке .
2. В блоке “Настройка системы” перейдите по ссылке “Системные настройки”.
3. В группе “Настройки раздела Email” откройте системную настройку “Сайт для перенаправления отписавшихся”.
4. В поле [*Значение по умолчанию*] укажите URL вашей страницы отписки, например, `http://www.mysite.com/act/unsubscribe/`, и сохраните настройку.
По умолчанию значение данной настройки не заполнено, в качестве страницы для перенаправления отписавшихся в системе используется автогенерируемая страница отписки.
Если впоследствии значение настройки “Сайт для перенаправления отписавшихся” будет очищено, то снова по умолчанию будет использоваться автогенерируемая страница отписки системы, без каких-либо дополнительных настроек.

Добавить в шаблон письма ссылку отписки

В зависимости от способа, согласно которому вы формируете шаблон рассылки, различаются некоторые особенности добавления ссылки отписки.

Вы можете использовать **шаблон по умолчанию**, который отображается при создании рассылки, а также любой из предустановленных в Creatio шаблонов, которые доступны по кнопке [*Выбрать из справочника*]. Эти шаблоны содержат встроенную ссылку отписки и сопроводительный текст. Содержимое блока отписки может выглядеть, например, так: “Вы получили это письмо, так как являетесь подписчиком рассылок Company Name. Если Вы не хотите получать рассылки, нажмите здесь, чтобы отписаться.” Если вы используете один из таких шаблонов при создании рассылки, то персонализируйте содержимое блока отписки в [дизайнере контента с помощью макросов](#).

Содержимое блока отписки, добавляемого автоматически, можно настроить в справочнике [*Библиотека блоков контента*]. Для этого в справочнике откройте блок [*Футер: Отписка (по умолчанию)*], отредактируйте и сохраните изменения.

Возможен случай, когда при формировании шаблона рассылки в дизайнере контента вы не добавили макрос отписки. В этом случае при сохранении шаблона система оповестит вас об этом и предложит добавить макрос отписки автоматически. Без ссылки для отписки шаблон не будет сохранен.

Если вам необходимо, например, настроить нестандартный блок отписки для текущего шаблона, то обязательно добавьте в этот блок ссылку отписки в виде **макроса #Отписка.URL#**. Такая ссылка отписки может отображаться как в виде URL страницы отписки, так и в виде текстовой гиперссылки на эту страницу.

Добавить макрос отписки в виде URL


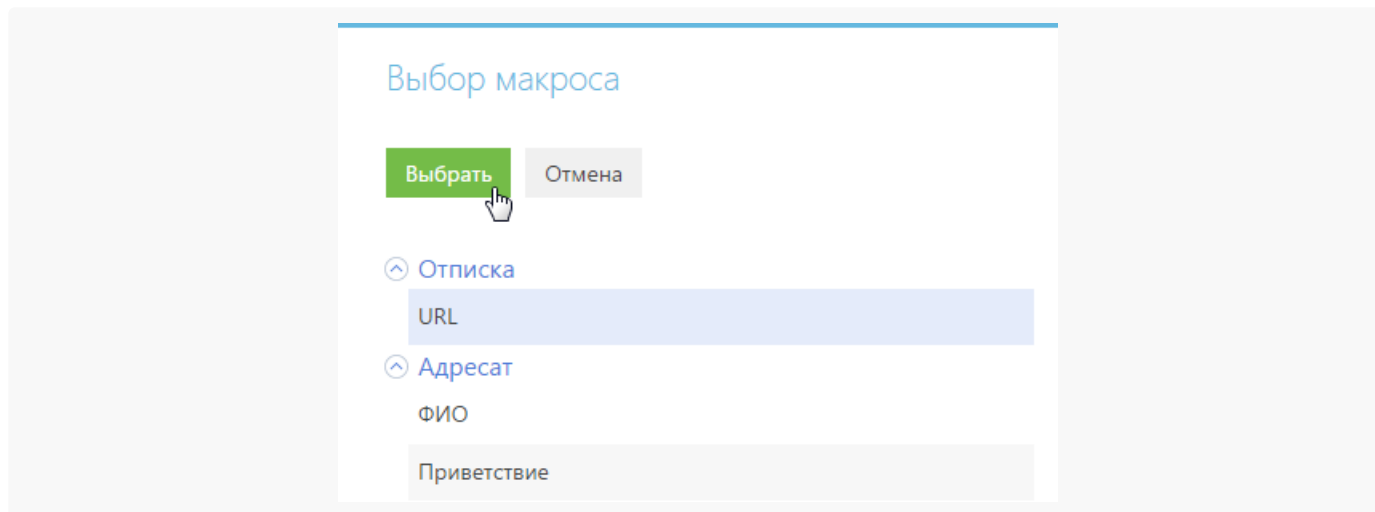
1. Откройте необходимый шаблон email-сообщения в дизайнере контента.
2. Установите курсор мыши в той области текстового контента, в которой должна размещаться ссылка отписки.
3. На появившейся панели инструментов нажмите кнопку  и выберите [*Стандартный макрос*].
4. Выделите макрос отписки “URL” и нажмите кнопку [*Выбрать*] ([Рис. 1](#)).

Рис. 1 — Добавление макроса отписки



5. Сохраните шаблон.

В результате макрос будет добавлен в шаблон рассылки. При отправке писем макрос отписки будет преобразован в ссылку страницы отписки, например <http://www.mysite.com/act/unsubscribe/>.

Добавить макрос отписки в виде текстовой гиперссылки


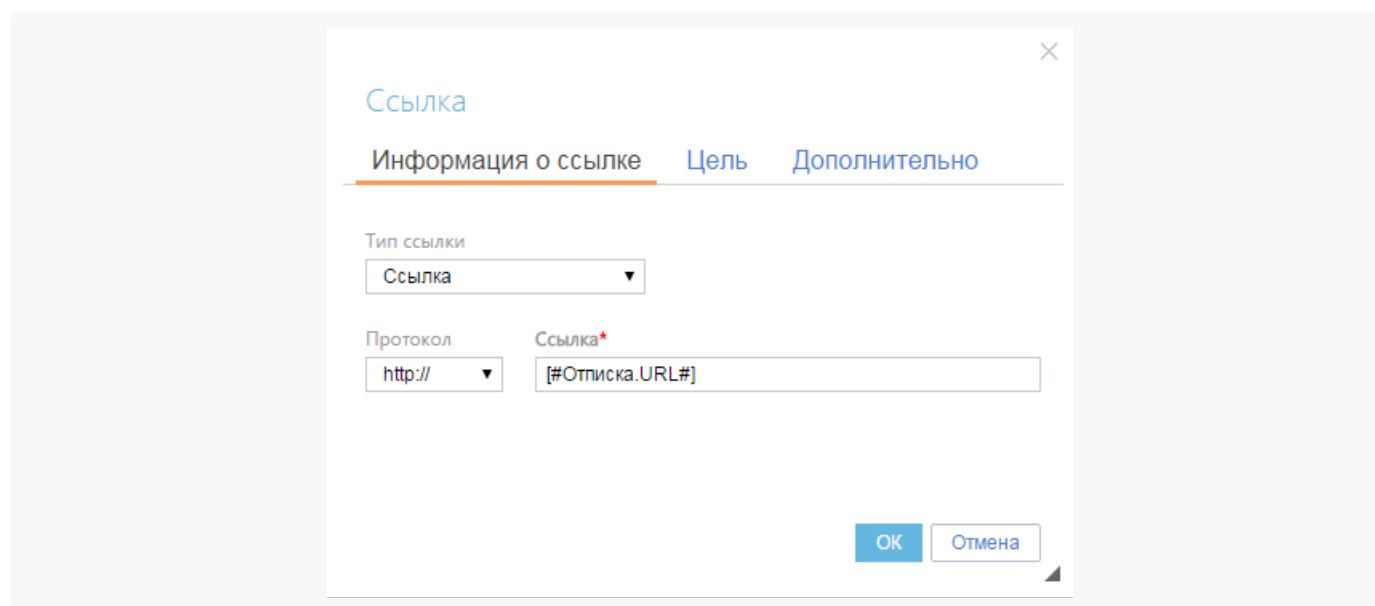
1. Откройте необходимый шаблон email-сообщения в дизайнере контента.
2. Выделите в области контента текст, который должен быть гиперссылкой на страницу отписки.
3. В появившейся панели инструментов нажмите кнопку .
4. В открывшемся окне в поле [Ссылка] введите макрос [#Отписка.URL#] и нажмите [OK] ([Рис. 2](#)).

Рис. 2 — Добавление макроса отписки в виде текстовой гиперссылки



В результате выделенный текст будет преобразован в гиперссылку отписки.

Вы также можете импортировать в дизайнер контента в виде html-элементов шаблоны, сверстанные во внешних редакторах, например, если используется сложная html-разметка. В этом случае для корректной работы отписок сформированную вами ссылку отписки необходимо указать в виде текста макроса [#Отписка.URL#]. При отправке писем макрос отписки будет преобразован в ссылку страницы отписки, например <http://www.mysite.com/act/unsubscribe/>.

На заметку. Если вы хотите получать, хранить и анализировать причину отписки клиентов от рассылок, установите бесплатное дополнение "[Фиксация причин отписки контактов от рассылок](#)", доступное на онлайн-площадке Creatio Marketplace.

Отправить тестовое письмо

ПРОДУКТЫ: **MARKETING**

Вы можете отправить тестовые письма, чтобы просмотреть рассылку в том же виде, что и получатель, — проверить форматирование текста, подстановку значений макросов, отображение рисунков и т. п. В показателях на вкладке [*Итоги рассылки*] тестовые письма не учитываются.

Важно. Для выполнения тестовой отправки предварительно необходимо [верифицировать](#) ваш почтовый домен. Кроме того, в рассылке должен быть указан корректный email-адрес отправителя.

Отправить тестовое письмо можно со страницы созданной рассылки или из дизайнера контента по кнопке [Тестовое письмо] ([Рис. 1](#)). При отправке тестового письма не рекомендуется использовать слова “Тест”, “Привет”, “Проверка”, “Test” в теме письма, поскольку на сервере получателя может быть настроен ряд проверок, из-за которых такое письмо будет отмечено как спам. Для тестовых писем мы рекомендуем готовить контент такого же качества, как и для конечных получателей.

Рис. 1 — Отправка тестового письма из рассылки

The screenshot displays the 'Шаблон' (Template) tab of an email campaign editor. At the top, the campaign title 'До -70% на 50 тысяч товаров апрель' is shown, along with a 'НАЧАТЬ ОТПРАВКУ' (Start Sending) button. Below this, the 'Название' (Name) and 'Состояние' (Status) fields are visible, with the status set to 'В планах' (In plans). The 'Когда отправлять' (When to send) field is set to 'запускать вручную' (Launch manually). The 'Имя отправителя' (Sender name) is 'Sunrise' and the 'Email отправителя' (Sender email) is 'sunrise@gmail.com'. The 'Тема' (Subject) is 'До -70% на 50 тысяч товаров!'. Below these fields, there are buttons for 'Шаблон' (Template), 'Выбрать из справочника' (Select from directory), 'Редактировать' (Edit), and 'Тестовое письмо' (Test email). The main content area shows a preview of the email template with the headline 'До -70% на лучшие бренды' and two images: 'Самые модные образы весны' (The most fashionable spring looks) and 'Аксессуары для вашего стиля' (Accessories for your style).

1. Откройте запись рассылки, по которой нужно отправить тестовое письмо, и на вкладке [Шаблон] нажмите кнопку [Тестовое письмо] ([Рис. 1](#)).
2. В поле [Email-адреса, на которые нужно отправить тестовое письмо] введите один или несколько email-адресов получателей. Используйте символы “,” или “;” для разделения адресов.

3. В поле [*Контакт для подстановки макросов*] можно выбрать контакт, данные которого будут подставлены в тестовое письмо.

Вы можете выбирать объект, по связанному контакту которого необходимо сформировать макросы тестового письма. Объект определяется в поле [*Источник аудитории*] страницы рассылки. В зависимости от выбранного объекта меняется название поля, например, [*Лид для подстановки макросов*], если в поле [*Источник аудитории*] выбрано значение “Лид”. Для выбора доступны связанные с данным объектом контакты.

По умолчанию, если выбран объект “Контакт” в поле [*Источник аудитории*], то используется контакт, указанный в системной настройке “Контакт получателя для тестовой отправки Email” (код “TestSendingBulkEmailContact”).

На заметку. Creatio запоминает внесенные на предыдущих шагах значения. При следующей отправке тестового письма поля с данными для отправки заполняются автоматически. Вы сможете использовать добавленные автоматически значения или отредактировать их.

4. Для отправки сообщения нажмите на кнопку [*Отправить*].

В результате тестовое письмо будет отправлено по указанным адресам. Аналогично выполняется отправка из дизайнера контента.

При создании рассылки с **динамическим контентом** в окне отправки тестового письма появится поле [*Настройки отправки шаблона тестового письма*] ([Рис. 2](#)). В этом поле можно выбрать отправку текущего варианта шаблона или же всех вариантов шаблона письма.

Рис. 2 — Отправка тестового письма рассылки с динамическим контентом

Дизайнер контента

СОХРАНИТЬ

ОТМЕНА

ПРЕДПРОСМОТР

ТЕСТОВОЕ ПИСЬМО

Предзаголовок



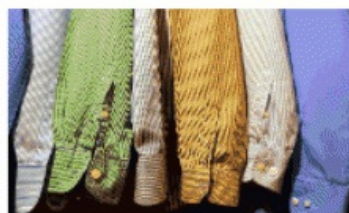
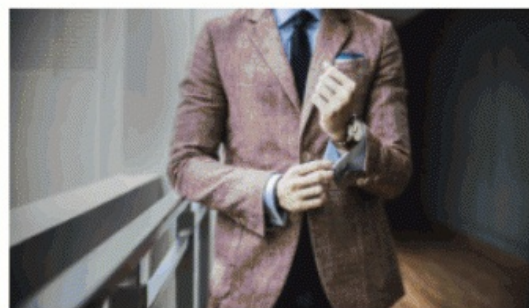
До -70%
на лучшие бренды



Мужчины

Самые модные образы весны

Аксессуары для вашего стиля



На заметку. Как сформировать шаблон с динамическим контентом, читайте в статье [Настроить динамический контент рассылок](#).

Провести системную рассылку

ПРОДУКТЫ: MARKETING

Системные рассылки применяются для отправки важных уведомлений, например, об обновлениях или о недоступности сервиса. Такие рассылки отправляются всем контактам из аудитории, в том числе тем, у которых на детали [Средства связи] контакта установлен признак [Не использовать email].

Используйте системные рассылки только для сервисных, транзакционных писем и важных уведомлений клиентов. Использование системных рассылок в маркетинговых целях может привести к ухудшению репутации домена и существенному снижению доставляемости писем.

Чтобы сделать рассылку системной, при создании новой рассылки на вкладке [Параметры] установите

признак [Системная рассылка] ([Рис. 1](#)).

Рис. 1 — Признак [Системная рассылка] на странице рассылки

Срочное обновление

СОХРАНИТЬ

ОТМЕНА

ДЕЙСТВИЯ ▾

НАЧАТЬ ОТПРАВКУ

ВИД ▾

Название*

Срочное обновление

Состояние

В планах

Получатели

0

Когда отправлять

запускать вручную

ШАБЛОН

АУДИТОРИЯ

ПАРАМЕТРЫ

АНАЛИЗ ПЕРЕХОДОВ

ИТОГИ РАССЫЛКИ

ФАЙЛЫ И ПРИМЕЧАНИЯ

ЛЕНТА

Тип рассылки*

Специальная рассылка

Отправка завершена

Ответственный*

Ульяненко Александра

Отправка начата

Кампания

Длительность

Сплит-тест

Трекинг переходов на сайт из email

Использовать UTM-метки

Системная рассылка

☒

Список доменов

www.example.com

utm_source

utm_term

utm_campaign

utm_content

utm_medium

email


На заметку. Признак [Системная рассылка] отображается на странице email-рассылки по умолчанию. Чтобы не отображать признак на странице рассылки, отключите его в системной настройке “Включение опции “Системная рассылка””.

Предотвратить отправку рассылок на один и тот же email

ПРОДУКТЫ: **MARKETING**

Если в вашей базе получателей есть несколько контактов с одинаковым email-адресом, то вы сможете определить дубли и избежать отправки писем на один и тот же адрес. Для этого используется системная настройка “**Предотвращать отправку писем получателям с одинаковым email-адресом**”. При включенной настройке письмо будет отправлено одному контакту. Остальные контакты, у которых указан тот же email-адрес, получают отклик “Не отправлено (email дублирован)”. При этом получатель будет определен случайным образом.

Для настройки:

1. Откройте дизайнер системы по кнопке .
2. В блоке “Настройка системы” перейдите по ссылке “**Системные настройки**”.
3. Откройте системную настройку “**Предотвращать отправку писем получателям с одинаковым email-адресом**” (код “PreventDuplicatesSending”) и на ее странице установите признак [*Значение по умолчанию*].
4. Сохраните изменения.

В результате при запуске **массовой рассылки** будет выполняться поиск дублей по email-адресам получателей. Если email-адрес будет совпадать у нескольких контактов, то письмо будет отправлено только одному из них.

В **триггерных рассылках** дубли email-адресов удаляются, только если они попадают в тот же запуск кампании. Если email-адрес, на который отправлялась рассылка, оказывается в ней при следующем запуске кампании, например, при повторном входе, то рассылка отправляется еще раз.


Настроить ограничение количества отправляемых писем

ПРОДУКТЫ: **MARKETING**

Чтобы клиенты не получали избыточного количества писем от вашей компании, настройте ограничение количества отправляемых писем. Это поможет минимизировать попадание писем в спам. Например, можно предусмотреть отправку получателям не более 2-х писем рассылки в день и не более 10-ти триггерных писем с типом “Новости” в месяц.

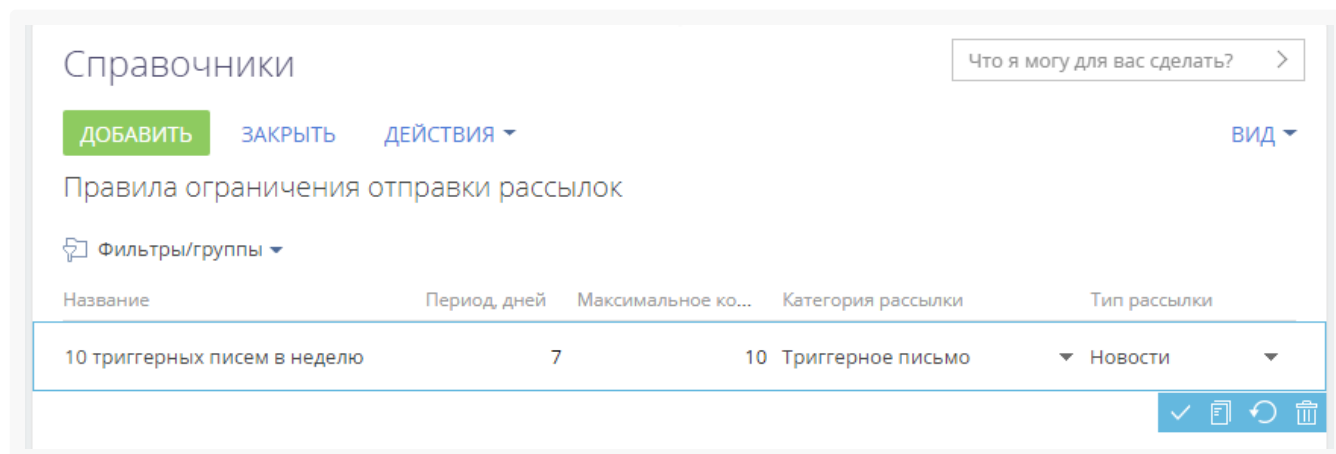
Обратите внимание, что настройка выполняется по категории рассылки — отдельно для массовых рассылок и триггерных писем. Если для всех писем нужно настроить одинаковое ограничение, то создайте два идентичных правила, но с разными категориями — “Рассылка” и “Триггерное письмо”.


Для настройки:

1. Откройте дизайнер системы по кнопке .
2. В блоке “Настройка системы” перейдите по ссылке “Справочники”.
3. Откройте наполнение справочника [*Правила ограничения отправки рассылок*].
4. Для регистрации правила нажмите кнопку [*Добавить*].
В редактируемом реестре отобразится дополнительная строка для заполнения значений записи.
5. Заполните значения новой записи в отобразившейся строке ([Рис. 1](#)):
 - a. [*Название*] — внесите наименование правила. Например, “10 триггерных писем в неделю”.
 - b. [*Период, дней*] — укажите период (в днях), для которого задается правило, например, “7”.
 - c. [*Максимальное количество отправок*] — укажите допустимое количество писем, которое можно отправить контакту за определенный период, например, “10”.
 - d. [*Категория рассылки*] — укажите категорию, для которой создается ограничение, — “Триггерное письмо”.

- е. [*Тип рассылки*] — выберите необходимый тип рассылки, содержащийся в справочнике [*Тип email*].

Рис. 1 — Создание правила ограничения количества отправляемых писем



6. Сохраните добавленную запись, нажав кнопку .
7. Сформируйте полный перечень необходимых правил, выполнив аналогичные шаги.

Количество установленных правил не ограничено. Все добавленные в справочник правила считаются действующими.

В результате при запуске рассылок по каждому получателю будет выполняться проверка настроенных в справочнике правил. Если по контакту лимит отправки достиг хотя бы одного из указанных в справочнике значений, то отправка письма будет отменена, а для получателя в рассылке будет установлен отклик “Ограничение коммуникаций”.

Разрешить мониторинг состояния рассылок службе поддержки


ПРОДУКТЫ: **MARKETING**

Перед началом работы с рассылками рекомендуем настроить возможность мониторинга состояния email-рассылок для сотрудников службы поддержки. Так они смогут оперативно помочь вам восстановить отправку рассылок в случае сбоев, например, задержек или ошибок отправки. Показатели, которые будет анализировать служба поддержки, содержат только агрегированные данные по конкретной рассылке и не содержат таких данных, как персональные email-сообщения, шаблоны рассылок и т. д.

Настройка различается для приложений, развернутых on-site и cloud.

Настройка для приложений on-site описана в отдельной статье [“Настроить запуск массовых рассылок”](#).

Настройка для приложений cloud выполняется следующим образом:

1. Откройте дизайнер системы по кнопке .
2. В блоке “Настройка системы” перейдите по ссылке “**Системные настройки**”.
3. Откройте системную настройку “**Включить возможность мониторинга показателей состояния**”.

email-рассылка” (EnableEmailIndicatorMonitoring) и на ее странице установите признак [*Значение по умолчанию*].

4. Сохраните изменения.

В результате выполненных настроек сотрудники службы поддержки смогут оперативно определять и устранять возможные сбои и восстановить работу ваших рассылок.

Реализовать подписку на разные типы рассылок

ПРОДУКТЫ: **MARKETING**

Если в email-рассылках вы используете несколько видов контента, например, новости, специальные предложения и приглашения, то рекомендуем внедрить возможность подписки на определенный вид контента. Это поможет персонализировать рассылки, так как ваши клиенты будут получать от вас только те рассылки, которые им интересны. Например, клиент может подписаться на специальные предложения, но не давать согласия на получение новостей и приглашений.

Важно. Настройка подписки на разные типы рассылок не предусмотрена в базовой конфигурации Creatio. Для ее реализации требуются доработки с участием разработчика.

Пользовательская страница отписки обязательно должна соответствовать следующим условиям:

- Страница для настройки подписок должна быть одна. Пользователи не должны переходить на дополнительные страницы для управления подписками на разные типы рассылок либо для того, чтобы отписаться от рассылок.
- На пользовательской странице отписки должна быть возможность отписки от всех рассылок.

Также рекомендуем:

- Добавить на страницу название (бренд) вашей компании.
- Реализовать возможность указать в комментарии причину отписки (данное поле не должно быть обязательным для заполнения).
- Не делать обязательной авторизацию получателя.

Ниже представлен общий порядок действий для настройки подписки на разные типы рассылок:

1. Сформируйте перечень типов рассылок в справочнике [*Тип email*].
2. Создайте на своем сайте страницы, где клиент может выразить согласие получать те или иные материалы от вашей компании. Настройте их в качестве страниц переадресации в ваших лендингах.
3. Снимите значение в системной настройке Creatio “Отписывать пользователя от всех рассылок”. Это необходимо чтобы при отписке получателя от рассылки одного типа не выполнялась автоматическая отписка и от других типов рассылок.

На заметку. Системная настройка “Отписывать пользователя от всех рассылок” также

определяет автоматическое добавление ссылки отписки в шаблон письма и корректность работы ссылки отписки. Настройка подписок на различные типы рассылок с дальнейшей настройкой системы разработчиком — единственный случай, когда целесообразно снимать значение в данной системной настройке.

4. Укажите адрес вашей страницы отписки от рассылок в системной настройке “Сайт для перенаправления отписавшихся”.
5. Далее необходимо выполнить интеграцию созданной страницы с Creatio. Такая интеграция выполняется средствами разработки Creatio.

После выполнения настройки информация об ограничениях подписок получателей на определенные типы рассылок будет отображаться на детали [Подписка на рассылки Email] страницы контакта. На странице контакта на детали [Подписка на рассылки Email] можно вручную указать типы рассылок, от которых описан пользователь.

Настроить объекты для формирования аудитории массовых рассылок

ПРОДУКТЫ: **MARKETING**

В аудиторию рассылки можно импортировать контакты связанных объектов. По умолчанию доступны объекты “Контакт”, “Лид”, “Участник мероприятия”. Вы также можете добавить пользовательские объекты, например, контрагент или заказ. При этом в аудиторию рассылки будут добавляться контакты, связанные с записями этого объекта. Подробнее о формировании аудитории рассылки: [Добавить аудиторию рассылки](#).

Для импорта контактов необходимо настроить объект для формирования аудитории и его связь с контактами в системе. Эту настройку может выполнить любой пользователь приложения с правом доступа на выполнение системной операции “Доступ к разделу “Справочники” (код “CanManageLookups”). Подробнее: [Права доступа на системные операции](#).

Чтобы добавить пользовательский объект:

1. На вкладке [Аудитория] страницы рассылки в меню кнопки **+** выберите команду [Управление объектами].
2. На открывшейся странице нажмите [Добавить]. В реестре справочника [Настройка объектов для импорта аудитории] появится пустая запись.
3. Заполните поля новой записи (Рис. 1):
 - a. [Название объекта] — введите название, которое отобразится в списке объектов на вкладке [Аудитория] страницы рассылки. Например, “Контрагент”.
 - b. [Объект сущности] — выберите объект системы, который будет использоваться для формирования аудитории рассылки. Например, “Account”.
 - c. [Путь к колонке Контакт] — укажите поле выбранного объекта, в котором указан контакт. Этот контакт будет получателем рассылки. Например, для контрагента это поле [Основной контакт].
 - d. [Путь к колонке Email] — укажите путь к полю [Email] страницы контакта.

Рис. 1 — Справочник [Настройка объектов для импорта аудитории]

Настройка объектов для импорта аудитории			
<div> ДОБАВИТЬ ЗАКРЫТЬ ДЕЙСТВИЯ ▾ ВИД ▾ </div>			
<div> Фильтры/группы ▾ </div>			
Название объекта	Объект сущности	Путь к колонке Контакт	Путь к колонке Email
Контрагент	Account	PrimaryContact	PrimaryContact.Email
Контакт	Contact		Email
Лид	Lead	QualifiedContact	Email
Участник мероприятия	Event participant	Contact	Contact.Email

Запись сохраняется автоматически. В результате в меню кнопки на вкладке [*Аудитория*] страницы рассылки появится новый объект для формирования аудитории.

Настроить срок действия рассылки

ПРОДУКТЫ: **MARKETING**

В Creatio вы можете задать дату и время, когда рассылка будет остановлена вне зависимости от того, отправлена она полностью или нет. Это необходимо, например, при отправке специальных предложений с ограниченным сроком действия или при рассылке приглашений на мероприятие.

Настройка срока действия рассылки возможна до ее отправки.


Настройка срока действия осуществляется и действует одинаково для массовых рассылок и триггерных писем.

На заметку. Системная настройка “Время актуальности отправки рассылки (минуты)” (код “BulkEmailExpirationPeriod”), которая ранее отвечала за настройку срока действия рассылки, устарела и больше не используется. Для настройки срока действия рассылки выполните шаги, описанные ниже.

Для настройки срока действия:

1. Перейдите в раздел [*Email*] и откройте нужную запись.
2. На вкладке [*Параметры*] заполните поле [*Срок действия рассылки*], указав дату и время, когда отправка рассылки будет остановлена (Рис. 1).
3. Примените изменения по кнопке [*Сохранить*].

Рис. 1 — Настройка срока действия рассылки

ШАБЛОН	АУДИТОРИЯ	ПАРАМЕТРЫ	ПРОГРЕСС ОТПРАВКИ
Тип рассылки*	Приглашение		
Ответственный*	Евгений Мирный		
Срок действия рассылки	10.04.2021	19:00	

В результате при наступлении времени, указанного в поле [*Срок действия рассылки*], отправка рассылки будет остановлена. Рассылке будет присвоено состояние “Просрочена” без возможности доотправки писем. Получателям, которым не были отправлены письма до истечения срока действия рассылки, будет установлен [персональный отклик](#) “Остановлен (истек срок отправки)”.

Если связанная с триггерной рассылкой кампания все еще запущена, то в аудиторию рассылки продолжат добавляться участники. Таким участникам сразу устанавливается персональный отклик “Остановлен (истек срок отправки)”. Вы можете добавить на схему кампании дополнительный переход с условием, например, таким образом, чтобы отправить еще одну рассылку всем контактам, получившим персональный отклик “Остановлен (истек срок отправки)”.

Если вы оставите поле [*Срок действия рассылки*] незаполненным, то рассылка будет отправлена полностью.

Настроить приоритет рассылки

ПРОДУКТЫ: **MARKETING**

В Creatio вы можете указать приоритет рассылки, чтобы управлять порядком отправки писем: чем выше приоритет, тем раньше будет отправлена рассылка. Например, вы можете настроить приоритет рассылок таким образом, чтобы сначала отправлялись письма с подтверждением регистрации, а затем новостные дайджесты.

Настройка приоритета рассылки возможна до ее отправки.

Настройка приоритета осуществляется и действует одинаково для массовых рассылок и триггерных писем.

Для настройки приоритета:

1. Перейдите в раздел [*Email*] и откройте нужную запись.
2. На вкладке [*Параметры*] укажите нужное значение в поле [*Приоритет*] (Рис. 1). По умолчанию установлено значение “Средний”.
3. Примените изменения по кнопке [*Сохранить*].

Рис. 1 — Настройка приоритета отправки рассылки

В результате значение, указанное в поле [*Приоритет*], будет учитываться при отправке рассылок. Рассылки с более высоким приоритетом будут отправлены в первую очередь, а с низким — в последнюю.

Если одновременно отправляется несколько рассылок с одинаковым приоритетом, то сначала будет рассылаться та, которая ранее передана в сервис отправки массовых рассылок.

Помимо выбора из предустановленных приоритетов вы также можете **добавить пользовательские значения** и в дальнейшем использовать их для настройки приоритета отправки рассылок. Для этого:

1. Откройте дизайнер системы, например, по кнопке в правом верхнем углу приложения.
2. В группе “Настройка системы” кликните по ссылке “Справочники”.
3. Откройте наполнение справочника [*Приоритеты рассылки*].
4. Нажмите кнопку [*Добавить*].
5. Введите название приоритета, например, “Критический”, при необходимости добавьте комментарий в колонке [*Описание*].
6. Укажите нужное значение в колонке [*Приоритет*]. Чем меньше значение в колонке [*Приоритет*], тем выше приоритет рассылки (Рис. 2).

Рис. 2 — Добавление нового значения в справочник [*Приоритеты рассылки*]

Название	Описание	Приоритет
Критический		50
Низкий		200
Средний		150
Высокий		100

Важно. Не рекомендуется изменять или удалять преднастроенные значения в справочнике, поскольку это может повлиять на порядок отправки активных рассылок. Вместо этого необходимо добавить новое значение с большим либо меньшим приоритетом.

Настроить временные интервалы разбора откликов

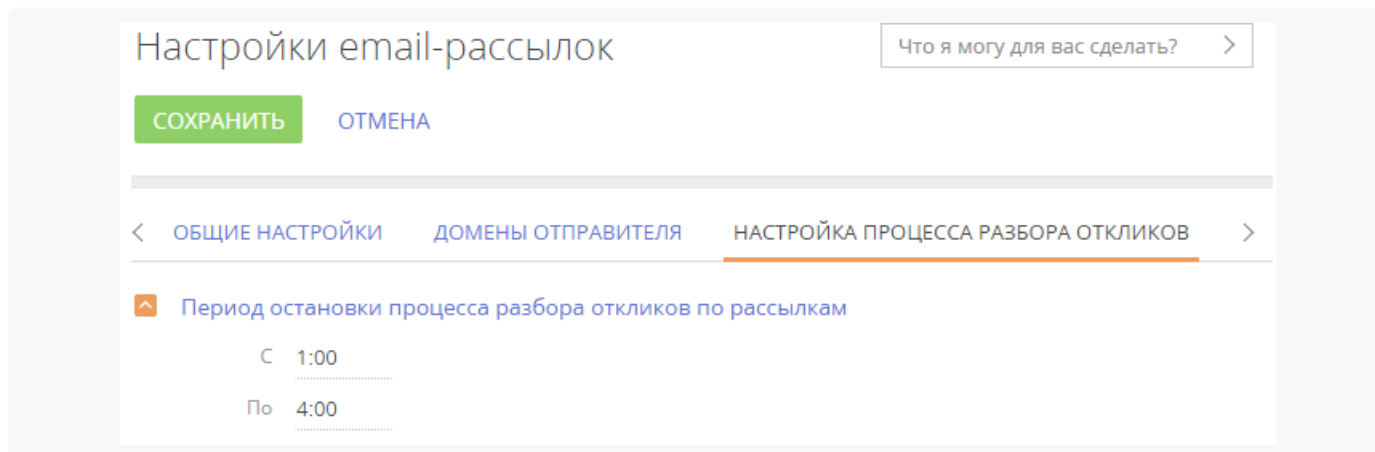
ПРОДУКТЫ: **MARKETING**

По умолчанию разбор откликов рассылок производится системой автоматически раз в несколько минут. На время выполнения интеграции приложения с внешними системами рекомендуется **останавливать процесс разбора откликов**, чтобы избежать блокирования данных. Остановка может выполняться ежедневно в указанное время.

Для настройки:

1. В разделе [*Email*] выберите [*Действия*] —> [*Настройки email-рассылок*].
2. Перейдите на вкладку [*Настройка процесса разбора откликов*] и укажите временной интервал, когда необходимо останавливать разбор откликов. Границы периода отключения задаются в полях [*С*] и [*По*] ([Рис. 1](#)). Сохраните.

Рис. 1 — Вкладка [*Настройка процесса разбора откликов*]



На рисунке выше приведен пример настроек, когда процесс разбора откликов будет останавливаться ежедневно с 1:00 по 4:00. Изменения вступят в силу сразу после сохранения настроек. По истечении периода остановки (с 4:01) разбор откликов продолжится в обычном режиме.

Временные рамки анализа откликов отображаются на вкладке в **часовом поясе текущего пользователя**. Останавливаться процесс разбора откликов будет по часовому поясу пользователя, указанного в системной настройке “**Пользователь для выполнения системных операций**” (код “SystemUser”). По умолчанию в настройке указан пользователь Supervisor.

На заметку. Указать часовой пояс пользователя можно в профиле пользователя. Подробнее: [Профиль пользователя](#). Список доступных часовых поясов настраивается в

справочнике [*Часовые пояса*].

Если оставить поля [*С*] и [*По*] незаполненными или заполнить только одно значение, то процесс разбора откликов будет работать непрерывно.

Настроить распределение отправки рассылки (троттлинг)

ПРОДУКТЫ: **MARKETING**

В Creatio вы можете настроить распределение отправки рассылки по времени, используя механизм **троттлинга**.

Троттлинг является одной из лучших практик по обеспечению высокой доставляемости рассылок. С другими рекомендациями вы можете ознакомиться в статье [Рекомендации по повышению доставляемости рассылок](#) и видео-уроке [Обеспечиваем доставляемость писем](#).

Троттлинг позволяет разделить крупную рассылку на несколько частей, которые будут передаваться почтовому провайдеру поочередно в течение заданного периода времени. Такой подход позволит улучшить показатели доставляемости рассылок и избежать попадания писем в папку “Спам” или отклонения их почтовыми сервисами. Используйте механизмы распределения в следующих случаях:

- Рассылка большого объема писем за короткий промежуток времени.
- Массовая отправка рассылок новым подписчикам.
- Рассылка подписчикам, с которыми длительное время не было коммуникаций по Email.
- Отправка первых рассылок с нового домена.
- Отправка рассылок после смены IP-адреса отправителя.
- Запуск тестовой рассылки, которую необходимо изменить или отменить непосредственно во время отправки.
- Отправка рассылки, которая прогнозировано может вызвать повышенную активность пользователей.

Во всех этих случаях постепенная отправка рассылки будет способствовать укреплению положительной репутации домена. Также механизм троттлинга позволит контролировать отставку рассылки, что может быть полезно, например, для распределения нагрузки на операторов контакт-центра, обрабатывающих обратную связь (лиды).

В Creatio используются следующие режимы распределения:


- **“Прогрев холодной аудитории”** — письма будут отправляться по преднастроенному расписанию. Подробнее: [Прогрев холодной аудитории](#).
- **“Пользовательские лимиты”** — письма будут отправляться согласно заданному ежедневному ограничению. Подробнее: [Пользовательские лимиты](#).

Прогрев холодной аудитории

Прогрев холодной аудитории — режим троттлинга, при котором каждый день после запуска рассылки

отправляется ограниченный объем писем с фиксированной задержкой перед отправкой следующего письма. Ограничение по количеству писем и задержка между их отправкой позволяют имитировать отправку рассылки вручную, укрепив таким образом репутацию домена отправителя.

Преднастроенное расписание для прогрева аудитории составлено на основании лучших практик распределения отправки рассылок, согласно которым отправка выполняется ежедневно в течение двух недель и более с постепенным увеличением количества писем.

Если вы хотите внести изменения в это расписание, то обратитесь в службу поддержки Creatio, указав желаемые значения для количества писем и интервалов между их отправкой. После внесения изменений вы сможете увидеть обновленное расписание на странице рассылки по кнопке  в поле [*Режим распределения*]. Настоятельно рекомендуем вносить корректировки в расписание только при наличии веских причин и базовом понимании того, как работают технологии прогрева.

На заметку. Если рассылка содержит несколько email-адресов отправителя, например, заданных макросами, то расписание будет применяться отдельно для каждого email-адреса отправителя рассылки. Подробнее: [Примеры прогрева аудитории](#).

Включить режим прогрева холодной аудитории

Настройка режима прогрева холодной аудитории выполняется до начала отправки рассылки.


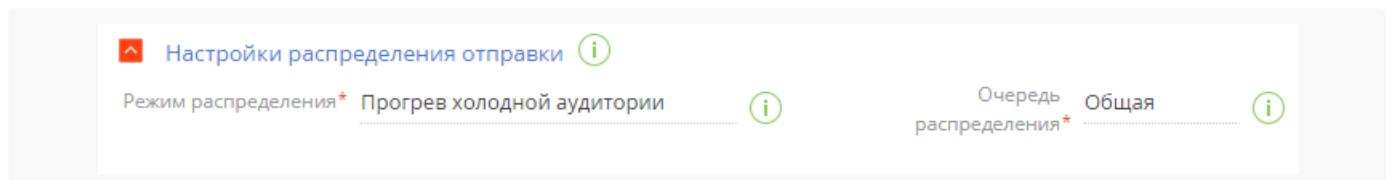
1. Перейдите в раздел [*Email*] и откройте нужную запись.
2. Перейдите на вкладку [*Параметры*].
3. В поле [*Режим распределения*] выберите вариант “**Прогрев холодной аудитории**”. По кнопке  в данном поле доступно расписание, согласно которому будет отправляться рассылка.
4. В поле [*Очередь распределения*] укажите очередь, к которой относится рассылка. Письма в каждой очереди отправляются согласно отдельному расписанию прогрева аудитории. Подробнее: [Настроить очередь распределения](#) и [Примеры прогрева аудитории](#). По умолчанию установлено значение “Общая” (Рис. 1). Поле является обязательным для заполнения.

Рис. 1 — Настройка режима распределения “Прогрев холодной аудитории”



5. Примените изменения по кнопке [*Сохранить*].

В результате отправка рассылки будет осуществляться в соответствии с указанным режимом распределения.

Настроить очередь распределения

Очередь распределения является инструментом сегментации холодных контактов. Функциональность позволяет сгруппировать несколько рассылок, чтобы сегментировать разные базы холодных контактов для отдельного прогрева каждой. Например, если часть аудитории добавлена из социальных сетей, а

часть — посредством проведения вебинара, то, чтобы разделить маркетинговые стратегии отправки рассылок, рекомендуется разделить аудиторию на разные сегменты и создать для каждого отдельную очередь распределения. Подробнее: [Примеры прогрева аудитории](#). Настройка очередей осуществляется в справочнике [*Очереди распределения*]. Для добавления новой очереди:


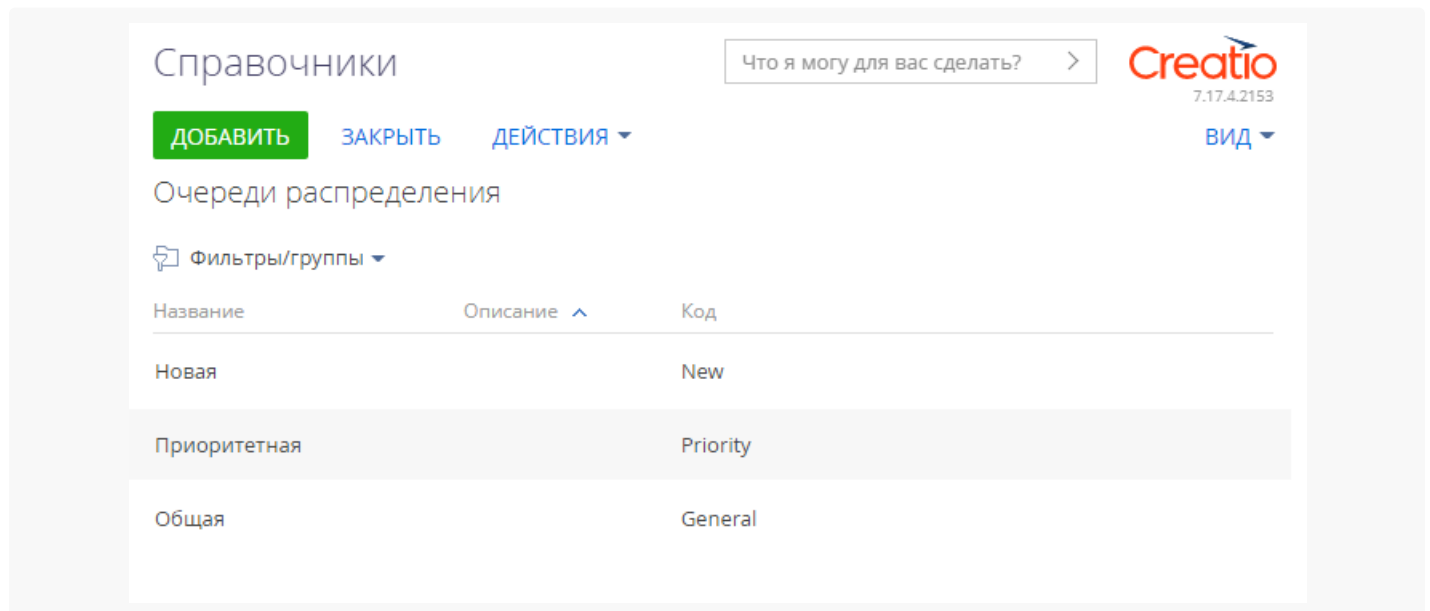
1. Откройте дизайнер системы, например, по кнопке  в правом верхнем углу приложения.
2. В группе “Настройка системы” кликните по ссылке “Справочники”.
3. Откройте наполнение справочника [*Очереди распределения*].
4. Нажмите кнопку [*Добавить*].
5. Введите название очереди, например, “Новая”, при необходимости добавьте комментарий в колонке [*Описание*].
6. В колонке [*Код*] на английском языке укажите код, который будет использоваться для сегментации в сервисе массовых рассылок (Рис. 2). Вы можете использовать произвольные названия.

Рис. 2 — Добавление новой очереди распределения



Важно. Не рекомендуется изменять код, заданный в справочнике, поскольку это может повлиять на уже запущенные рассылки. Если вам необходимо указать другой код, то добавьте в справочник новую запись и выберите данную очередь при создании рассылки.

Примеры прогрева аудитории

Рассмотрим на примерах, что происходит при отправке рассылок с использованием механизма прогрева холодной аудитории:

День	Лимит писем в день	Задержка между отправкой писем, сек
1	25	400
2	25	400
3	25	400
4	50	400
5	50	400
6	75	400
7	75	400

Пример 1

Необходимо отправить рассылку “Новости” 100 получателям. Очередь распределения “Общая”. Отправка будет осуществляться с двух email-адресов: sender1@example.com (75 получателей) и sender2@example.com (25 получателей).

Для каждого **email-адреса** отправителя рассылки будет применяться отдельное расписание.

Отправка рассылки начнется согласно первому дню расписания для режима “Прогрев холодной аудитории”. От имени sender1@example.com рассылка будет отправляться за три дня (по 25 писем в день), от имени sender2@example.com — за один день (25 писем в день).

Пример 2

Необходимо той же базе получателей отправить рассылку “Приглашение на вебинар”. В отправители рассылки будет добавлен новый email-адрес. Между отправителями аудитория распределится следующим образом: sender1@example.com (50 получателей), sender2@example.com (25 получателей), sender3@example.com (25 получателей).

Для **новых отправителей** отправка всегда будет начинаться с первого дня расписания. Для email-адресов, с которых уже проводилась отправка рассылки, расписание продолжится с того дня, на котором оно было остановлено:

- От имени sender3@example.com рассылка будет отправлена за один день (25 писем в день) согласно расписанию, начиная с первого дня.
- От имени sender2@example.com рассылка будет отправлена за один день (25 писем в день) согласно расписанию, начиная со 2-го дня.

- От имени sender1@example.com рассылка будет отправлена за два дня (по 50 писем в день) согласно расписанию, начиная с 4-го дня.

Пример 3

В базу рассылки “Приглашение на вебинар” необходимо добавить 100 новых получателей и создать очередь распределения “Новая”. Отправка будет осуществляться с двух email-адресов: sender1@example.com (75 получателей) и sender2@example.com (25 получателей).

При **изменении очереди распределения** расписание будет начинаться первого дня даже для тех отправителей, которые уже отправляли данную рассылку другим контактам:

- От имени sender1@example.com рассылка будет отправлена за три дня (по 25 писем в день).
- От имени sender2@example.com рассылка будет отправлена за один день (25 писем в день), начиная с первого дня расписания.

Важно. Для каждого нового сегмента необходимо создавать отдельную очередь распределения, чтобы не нарушать механизм прогрева аудитории.

Пользовательские лимиты

Пользовательские лимиты — режим троттлинга, который позволяет задать параметры равномерного распределения отправки рассылки. Он используется в тех случаях, когда необходимо регулировать нагрузку на сайт или на операторов контакт-центра, обрабатывающих обратную связь (лиды) по рассылке.

При выборе данного режима распределения ежедневно будет отправляться указанное количество писем. Срок действия режима можно ограничить, указав нужные значения в группе полей [*Расписание времени отправки*]. В последний день отправки рассылаются оставшиеся письма, количество которых меньше значения, заданного в поле [*Лимит писем в день*].

Настройка пользовательских лимитов выполняется до начала отправки рассылки.

На заметку. Начиная с версии Creatio 7.18.2 и выше, вы можете редактировать пользовательские лимиты в уже запущенной рассылке. Это позволит настроить пользовательское расписание прогрева аудитории с произвольными лимитами по аналогии с автоматическим прогревом.

Пример. Необходимо отправить рассылку со специальным предложением 100 получателям. Операторы могут обрабатывать не более 16 обращений по обратной связи в период рабочего времени (с 9:00 до 18:00 ежедневно). Обработка каждого обращения занимает 30 минут.

Для настройки:

1. Перейдите в раздел [*Email*] и откройте нужную запись.

2. Перейдите на вкладку [*Параметры*].
3. В поле [*Режим распределения*] выберите вариант “**Пользовательские лимиты**”.
4. В поле [*Лимит писем в день*] укажите общее количество писем, обратную связь на которые операторы смогут обрабатывать ежедневно. В данном примере — “16”. Поле является обязательным для заполнения.
5. В поле [*Задержка между письмами*] настройте интервал в секундах между отправкой писем с учетом того, сколько времени понадобится оператору на обработку каждого лида. В данном примере — “1800”.
6. На детали [*Расписание времени отправки*] укажите расписание работы операторов:
 - a. В поле [*Расписание отправки*] выберите “Каждый день”.
 - b. В поле [*Период отправки*] укажите диапазон с 09:00 до 18:00 (Рис. 3).

На заметку. Поля [*Лимит писем в день*], [*Задержка между письмами*] и настройки в группе полей [*Расписание времени отправки*] взаимосвязаны. Время, в течение которого будет отправлен дневной лимит писем с учетом задержки, не должно превышать указанный период отправки. Если лимиты заданы некорректно, то сохранить и отправить рассылку будет невозможно. При возникновении такой ситуации исправьте распределение отправки согласно подсказкам системы.

Рис. 3 — Пример настройки пользовательских лимитов

Настройки распределения отправки ⓘ

Режим распределения* Пользовательские лимиты ⓘ

Лимит писем в день* 16

Задержка между письмами 1 800 ⓘ

Расписание времени отправки ⓘ

Расписание отправки* Каждый день

Период отправки* с 9:00 по 18:00 ⓘ

Часовой пояс* Вильнюс, Киев, Рига, София, Таллин, Хельсинки ...

7. Примените изменения по кнопке [*Сохранить*].

В результате рассылка будет отправлена за 7 дней. В течение 6-ти дней будет отправляться по 16 писем в день, а на 7-й день будут отправлены 4 письма.

Настроить время доставки рассылки

ПРОДУКТЫ: **MARKETING**

В Creatio вы можете запланировать как время отправки рассылки, так и время доставки письма получателям. Значение, указанное в настройках [отправки рассылки](#) определяет время ее передачи в сервис массовых рассылок. Время доставки рассылки позволяет запланировать передачу рассылки из сервиса массовых рассылок провайдеру. Благодаря этому вы можете указать промежуток времени, когда рассылка будет доставлена получателям. Это необходимо, например, при отправке специальных

предложений, которые действуют в течение строго ограниченного периода времени.

Настройка времени доставки рассылки возможна до ее отправки.

Настройка времени доставки осуществляется и действует одинаково для массовых рассылок и триггерных писем.

Для настройки времени доставки:

1. Перейдите в раздел [*Email*] и откройте нужную запись.
2. На вкладке [*Параметры*] перейдите к детали [*Расписание времени отправки*]. По умолчанию для всех рассылок доступен диапазон “24/7” — передача рассылки провайдеру “Каждый день” с 00:00 по 23:59. Это означает, что письма будут доставляться получателям в режиме 24/7. Вы можете указать другие параметры:
 - a. В поле [*Расписание отправки*] выберите “Каждый день” или “Дни недели”. Если вы выберете значение “Дни недели”, то откроется поле для выбора дней, когда будет осуществляться отправка рассылки. Например, вы можете выбрать только будние дни (Рис. 1).
 - b. В поле [*Период отправки*] укажите временной диапазон отправки рассылки. Если вы не укажете временной диапазон, то доставка писем начнется сразу же после их обработки сервисом массовых рассылок, то есть, так, как если бы было установлено значение по умолчанию. Например, если вы запустите рассылку в 8:00, настроив период отправки с 09:00 до 19:00, то доставка писем получателям начнется только в 9:00. Если вы оставите период отправки по умолчанию (с 00:00 по 23:59), то доставка писем получателям начнется примерно в 8:05 (5 минут в среднем продолжается обработка рассылки перед отправкой).
 - c. В поле [*Часовой пояс*] укажите часовой пояс, согласно которому рассылка будет передана из сервиса массовых рассылок почтовому провайдеру. По умолчанию в поле указывается часовой пояс, заданный в профиле пользователя, который создал рассылку. Вы можете изменить это значение. Например, если вы находитесь в Минске (GMT +03:00) и планируете отpravку по часовому поясу Астаны (GMT +06:00), то укажите GMT +06:00 как на Рис. 1.

Рис. 1 — Настройка времени доставки рассылки


Чтобы проверить настройки часового пояса, наведите курсор на значок  справа от поля [*Период отправки*]. В подсказке будет указан период отправки в переводе на часовой пояс текущего пользователя (Рис. 2).

Рис. 2 — Время доставки рассылки в часовом поясе пользователя

В результате рассылка будет доставляться получателям в указанный промежуток времени согласно их часовому поясу.

Важно. Запуск рассылки выполняется согласно часовому поясу профиля пользователя. Настройки часового пояса времени доставки применяются только к параметрам, заданным группой полей [*Расписание времени отправки*], и влияют на время отправки писем из сервиса массовых рассылок и доставки их получателям.