

Работа с базой рассылок

Рекомендации по формированию базы 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

Рекомендации по формированию базы рассылок	4
Нелегальные методы	4
Сомнительные методы	5
Легальные методы	5

Рекомендации по формированию базы рассылок

ПРОДУКТЫ: **MARKETING**

Результативность email-маркетинга напрямую зависит от правильно сформированной базы контактов. Главное правило — пользователь должен оставить свой реальный контакт и сделать это добровольно. Для этого можно использовать **Double-opt-In** — двухэтапный подход к получению согласия на отправку рассылок. Пользователь должен указать свой email-адрес, отметить согласие на получение рассылок и подтвердить действие, перейдя по ссылке из письма, отправленного на этот адрес.

Условно все методы формирования базы контактов можно поделить на нелегальные, сомнительные и легальные.

Нелегальные методы

К нелегальным методам относятся все случаи внесения в базу рассылки адресов без явного согласия их владельцев. Для этого часто используются способы, описанные ниже.

Покупка готовой базы или услуги парсинга email-адресов

Покупка адресов для наполнения базы отрицательно сказывается на репутации отправителя и может вызвать негатив у получателей при первом же контакте, поскольку они не давали согласия на получение рассылок. Аналогичные результаты отмечаются и при работе с бесплатными базами получателей. Такие базы формируются из контактов пользователей, которые указывают свой адрес в открытом доступе, принимают договоры оферты и другие соглашения. Хотя формально подтверждение согласия на получение рассылок в таком случае есть, существует риск попадания в базу некорректных адресов и почтовых ящиков, которые предназначены исключительно для спама.

Чтобы избежать проблем в случае использования сторонней базы, рекомендуется предпринять следующие шаги:

1. Валидируйте базу подписчиков.
2. Получите согласие на получение рассылок.
3. Используйте механизм прогрева аудитории. Подробнее: [Настроить распределение отправки рассылки \(троттлинг\)](#).
4. Исключите из базы получателей, которые не реагируют на письма или жалуются на спам.
5. После достижения получателями достаточного уровня вовлеченности отправляйте им регулярные рассылки наравне с основной базой получателей.

Формирование базы из заполненных форм сайта

Заполнение формы (например, для регистрации на сайте) не обязательно означает согласие на получение рассылок. Чтобы эффективно работать с такой базой, рекомендуется предпринять

следующие шаги:

1. Добавьте поле “Я хочу получать рассылки..” в форму регистрации и/или лендинга на сайте, чтобы пользователь мог установить признак и таким образом подтвердить согласие на получение рассылок.
2. Если контакт, который не давал согласие на получение рассылок, уже попал в базу, то необходимо получить согласие либо в случае его отсутствия исключить адрес из базы.
3. Повысьте вовлеченность подписанного пользователя, используя технологии прогрева. Подробнее: [Настроить распределение отправки рассылки \(троттлинг\)](#).
4. Исключите из базы получателей, которые не реагируют на письма или жалуются на спам.
5. После достижения получателями достаточного уровня вовлеченности отправляйте им регулярные рассылки наравне с основной базой получателей.

Сомнительные методы

Основной способ этой категории — использование партнерских баз.

Формально партнерское соглашение между двумя компаниями позволяет включать в рассылки информацию о партнере. Но как и при использовании нелегальных методов наполнения базы пользователи могут быть недовольны получением материалов, в которых они не заинтересованы. Это может привести к многочисленным отпискам и жалобам на спам, которые ухудшают репутацию отправителя.

Алгоритм работы с партнерской базой такой же как и в описанном выше случае с [приобретением сторонней базы](#).

Легальные методы

Легальные методы — это все те случаи, когда пользователь осознанно оставляет однозначное согласие на коммуникации через канал email-рассылок.

Сбор базы вручную

Этот способ слишком трудоемкий для компаний с большим количеством заказов, но оптимально подходит для длинного цикла продаж и специфических товаров. Для получения согласия на рассылку можно использовать короткие приветственные письма, содержащие предложение подписаться на регулярные рассылки, чтобы не пропустить интересный и полезный контент.

Согласие на получение рассылок во время регистрации на сайте

При регистрации на сайте рекомендуется добавлять поле “Я хочу получать рассылки..”, в котором пользователь может установить соответствующий признак. Подтверждение согласия на получение писем должно быть двухэтапным (**Double-opt-In**), как описано во введении к этой статье. Такой подход исключает ситуации, когда пользователь оставляет не свой email-адрес.

Рекомендуем сохранить логи получения согласия, которые могут пригодиться в случае возникновения жалоб.

Всплывающие окна

Всплывающие окна используются для генерации лидов и удержания пользователей. С их помощью можно предложить пользователям интересные материалы, акционные предложения или скидки, попросив взамен email-адрес и согласие на получение рассылок.

Чтобы такие всплывающие окна не вызывали негатив, проверьте, чтобы у них обязательно была заметная кнопка закрытия.