

# Персонализация рассылок

Рекомендации по персонализации 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

<b>Рекомендации по персонализации рассылок</b>	<b>4</b>
Макросы	4
Триггерные рассылки	4
Сегментация базы	5
Точка входа	5
Время доставки рассылки	5

# Рекомендации по персонализации рассылок

ПРОДУКТЫ: **MARKETING**

Персонализация рассылок направлена на увеличение их конверсии и повышение лояльности подписчиков в долгосрочной перспективе.

В Creatio доступны следующие способы персонализации рассылок:

- использование макросов,
- отправка рассылки по триггеру,
- сегментация базы рассылки,
- учет точки входа целевой аудитории,
- настройка времени доставки рассылки.

## Макросы

Использование макросов в рассылках позволяет:

- Обращаться к получателям по имени, а также упоминать город, должность, название компании и другие переменные в письме.
- Предлагать уникальные промокоды.
- Менять размер скидки в зависимости от статуса клиента.
- Рекомендовать конкретные товары исходя из предпочтений пользователя.

Макросы можно добавлять в заголовок и предзаголовок рассылки, имя и email отправителя, тему и тело письма. Также при помощи макросов можно персонализировать изображения в письме.

Такой подход позволит укрепить лояльность пользователей и избежать спам-фильтров благодаря уникальности каждого письма рассылки.

Подробнее: [Персонализировать контент с помощью макросов](#).

## Триггерные рассылки

Триггерные рассылки позволяют выстраивать взаимодействие с каждым подписчиком, исходя из его поведения на сайте или по отношению к предыдущим письмам.

Триггер в данном случае — это определенное событие, которое инициирует отправку персонализированного письма.

Для отправки follow-up рассылок наиболее часто используются следующие триггеры:

Триггер	Тема рассылки
Покупка	Благодарность за покупку
Оформление заказа	Детали по заказу
Отсутствие реакции на письма	Предложение скидки
Подписка на рассылку	Приветственное письмо

Подробнее: [Создать триггерное письмо](#).

## Сегментация базы

Сегментация аудитории рассылок позволит применять специфические настройки для писем в зависимости от интересов и предпочтений каждого подписчика. Вы можете сегментировать аудиторию, например, с учетом следующих параметров:

- активность,
- предпочтения,
- жизненный цикл,
- возраст и пол,
- географическое местоположение.

Вы можете изменять содержимое писем в зависимости от интересов получателей при помощи настроек динамического контента. Для сегментации аудитории в Creatio используется информация о контакте из его профиля, в том числе регион проживания, история покупок, онлайн-поведение, пол, возраст и т. д. Отправка персонализированной и релевантной информации в письме позволит повысить эффективность рассылок в целом, в то же время сократив затраты на проведение рассылок по отдельным сегментам аудитории.

Подробнее: [Настроить динамический контент рассылок](#), [Фильтры](#).

## Точка входа

Вы можете планировать рекламные кампании таким образом, чтобы клиенты получали персонализированные рассылки в зависимости от того, на каком этапе взаимодействия с бизнесом они находятся и что именно из продуктов компании их интересует.

Учитывая точку входа целевой аудитории, можно вместо стандартных писем рассылки отправлять, например, информацию по услугам, которыми интересовались пользователи, или специальные предложения по продуктам, похожим на те, которые получатели уже купили.

## Время доставки рассылки

В Creatio доступна функциональность, которая позволяет выбрать время доставки писем. Это может быть полезно в следующих случаях:

- Доставка писем в удобное для пользователей время согласно заданному часовому поясу.
- Определение оптимального времени для отправки писем путем проведения A/B-тестов.

Подробнее: [Настроить время доставки рассылки](#).