

Триггерные письма

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
Запустить отправку триггерных писем	5
Общий порядок запуска триггерных писем	6
Проверки при запуске рассылки	6
Проверить состояние рассылки триггерного письма после запуска	7
Анализировать ход отправки триггерного письма	7
Просмотреть отклик контакта	8

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

Напоминание о конференции "Дни CRM"

Что я могу для вас сделать? > Creatio 7.18.2.1236

ЗАКРЫТЬ ДЕЙСТВИЯ ОТКРЫТЬ ДИЗАЙНЕР ТЕСТОВОЕ ПИСЬМО ВИД

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

Источник аудитории Контакт

ШАБЛОН АУДИТОРИЯ ПАРАМЕТРЫ ПРОГРЕСС ОТПРАВКИ АНАЛИЗ ПЕРЕХОДОВ ИТОГИ РАССЫЛКИ ФАЙЛЫ И ПРИМЕЧАНИЯ ЛЕНТА

Шаблон

SenderName Евгений Мирный SenderEmail E.Mirnyi@terrasoft.ru

Subject Дни CRM уже скоро

PreHeader

4. Подготовьте шаблон письма в дизайнера 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: [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.

Запустить отправку триггерных писем

ПРОДУКТЫ: **MARKETING**

Рассылки триггерных писем могут использоваться при добавлении новых участников из кампании. Способ автоматической отправки триггерных писем настраивается в кампании, в которую включено письмо. В приложении существует возможность отправлять триггерные письма:

- **Ежедневно** в указанное время с возможностью указать отсрочку в несколько дней. Триггерное письмо будет отправлено тем контактам, которые перешли на соответствующий шаг в кампании. Например, вы можете разослать обучающие материалы по вашему программному продукту клиентам через три дня после заказа бесплатной версии.
- **Спустя определенное время** после совершения определенного события. Например, спустя 15 минут после того как клиент покинул сайт, не совершив заказ, но добавив товары в корзину. Такие письма рассылаются периодически в течение дня.

- **Моментально** определенным контактам после совершения некоторого события. Например, приветственное письмо после заполнения формы лендинга.

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](#).

Важно. Для запуска рассылки предварительно необходимо верифицировать почтовый домен.

Существует возможность остановить триггерную рассылку вручную. Подробнее: [Остановить рассылку](#).

Общий порядок запуска триггерных писем

1. В разделе [*Кампании*] **создайте кампанию**.
2. **Включите в кампанию триггерное письмо** и настройте условия отправки. Например, письмо может отправляться моментально после совершения события или ежедневно в указанное время. Дополните кампанию другими элементами при необходимости.
3. **Запустите кампанию**, связанную с триггерным письмом. Рассылка писем начнется автоматически с запуском кампании. Аудитория триггерного письма также будет сформирована автоматически.
4. **Проанализируйте итоги** отправки триггерного письма и оцените конверсию рассылок, которые адресованы персонально получателю, поступают в необходимый момент времени и соответствуют его интересам.

Проверки при запуске рассылки

При отправке триггерного письма выполняются дополнительные проверки получателей рассылки. Например, с момента добавления аудитории до отправки письма клиент может отписаться от ваших рассылок или его почтовый ящик может быть временно недоступен. Чтобы учитывать такие изменения, при отправке письма выполняется проверка следующих данных:

- **Подписка на ваши рассылки.** Проверяется отсутствие признака [*Не использовать Email*] на странице контакта. Контакт, на странице которых установлен признак [*Не использовать Email*], не будет отправлено письмо рассылки.
- **Актуальность email-адреса.** Проверяется наличие признака [*Актуальный*] для email-адреса, с которым контакт был добавлен в рассылку. Адрес считается неактуальным, если по контакту был получен отклик “Soft Bounce” или “Hard Bounce”. То есть, письмо будет отправлено тем контактам, от которых с момента добавления в аудиторию рассылки до ее запуска не был получен отклик “Soft Bounce” или “Hard Bounce”. По такому контакту в колонке [*Отклик*] вкладки [*Аудитория*] на странице email-рассылки будет установлен отклик “Не отправлено (неактуальный email)”.
- **Наличие email-адреса** на странице контакта. Проверяется заполнено ли поле [*Email*] на странице контакта. Контакт, у которых не указан email-адрес, письмо рассылки отправлено не будет. в колонке [*Отклик*] вкладки [*Аудитория*] на странице email-рассылки будет установлен отклик “Не отправлено (email не указан)”.
- **Корректность email-адреса.** Email считается некорректным если не соответствует стандартному формату электронного адреса, например, не содержит символа “@”. Контакт, у которых указан

некорректный email-адрес, письмо рассылки отправлено не будет. В колонке [*Отклик*] вкладки [*Аудитория*] на странице email-рассылки будет установлен отклик “Не отправлено (некорректный email)”.

Проверить состояние рассылки триггерного письма после запуска

ПРОДУКТЫ: **MARKETING**

При старте рассылки всем контактам, автоматически включенным в аудиторию триггерного письма, будет отправлено письмо, сформированное по шаблону.

Отправка триггерного письма происходит неоднократно и выполняется в зависимости от способа отправки, указанного в кампании, и по мере формирования аудитории:

- Аудитория триггерного письма, которое отправляется **моментально**, пополняется автоматически, например, в результате заполнения посетителем формы на посадочной странице вашего сайта. Для отправки триггерного письма в этом случае достаточно, чтобы в аудиторию попал один контакт.
- Рассылка триггерного письма со способом отправки **периодически в течение дня** выполняется с определенным временным интервалом тем контактам, для которых на момент рассылки выполнилось условие совершения указанного события. Время рассылки таких писем ведет отсчет от времени запуска кампании. Например, при указании интервала “30 минут” и запуске кампании в 13:07 рассылки будут производиться в 13:37, 14:07 и т. д.
- Рассылка триггерного письма со способом отправки **в указанное время** выполняется один раз в день тем контактам, которые ко дню отправки попали в аудиторию письма. Например, вы можете указать в кампании, что отправка обучающих материалов по вашему программному продукту должна запускаться каждый день в 12:00. На схеме кампании вы также можете настроить так, чтобы данная рассылка выполнялась через три дня после того, как клиент заказал бесплатную версию продукта. Рассылка такого письма будет осуществляться ежедневно в 12:00 тем контактам, для которых ко дню отправки письма прошло три дня с момента заполнения формы лендинга.

После того как запуск рассылки стартовал, информация на вкладке [*Шаблон*] становится недоступной для редактирования. Кроме того, после запуска рассылки невозможно отредактировать ответственного, связанную кампанию или сплит-тест.

Отклик конкретного контакта на триггерную рассылку можно посмотреть на странице контакта: вкладка [*История*] —> деталь [*Рассылки Email*] —> колонка [*Отклик*]. Подробнее: [Персональные отклики получателей](#).

Анализировать ход отправки триггерного письма

Ход отправки можно проанализировать на вкладке [*Итоги рассылки*]. Здесь вы можете получить оперативную информацию о доставке писем и откликах получателей, а также проанализировать динамику открытий писем и переходов по ссылкам.

На вкладке [*Параметры*] страницы триггерного письма можно увидеть:

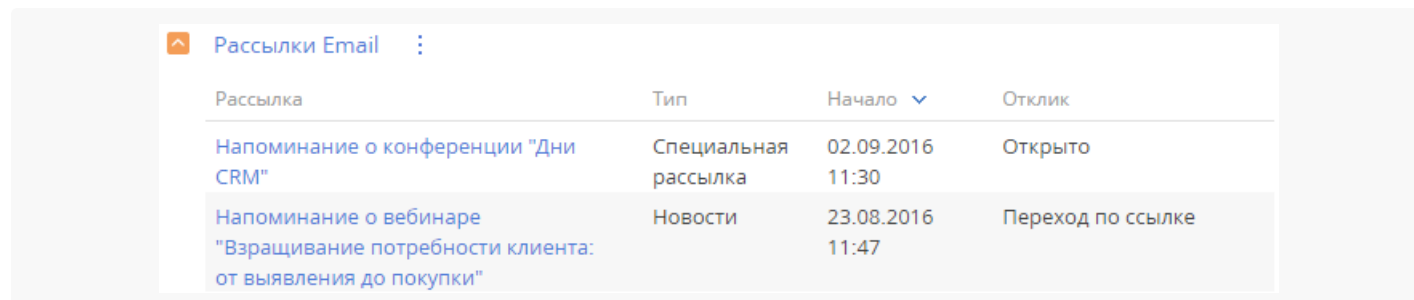
- **Дату и время** последней отправки письма.

- **Длительность** отправки, если отправка письма находится в состоянии “Выполнена”.

Просмотреть отклик контакта

Отклик конкретного контакта на триггерную рассылку можно посмотреть на странице контакта: вкладка [*История*] —> деталь [*Рассылки Email*] —> колонка [*Отклик*] (Рис. 1). На детали [*Рассылки Email*] фиксируются отклики контакта на массовые и триггерные рассылки. Также отклики на массовые рассылки отображаются на странице рассылки, подробнее: [Персональные отклики получателей](#).

Рис. 1 — Отклики на email-рассылку по конкретному контакту



Рассылки Email			
Рассылка	Тип	Начало	Отклик
Напоминание о конференции "Дни CRM"	Специальная рассылка	02.09.2016 11:30	Открыто
Напоминание о вебинаре "Взрачивание потребности клиента: от выявления до покупки"	Новости	23.08.2016 11:47	Переход по ссылке

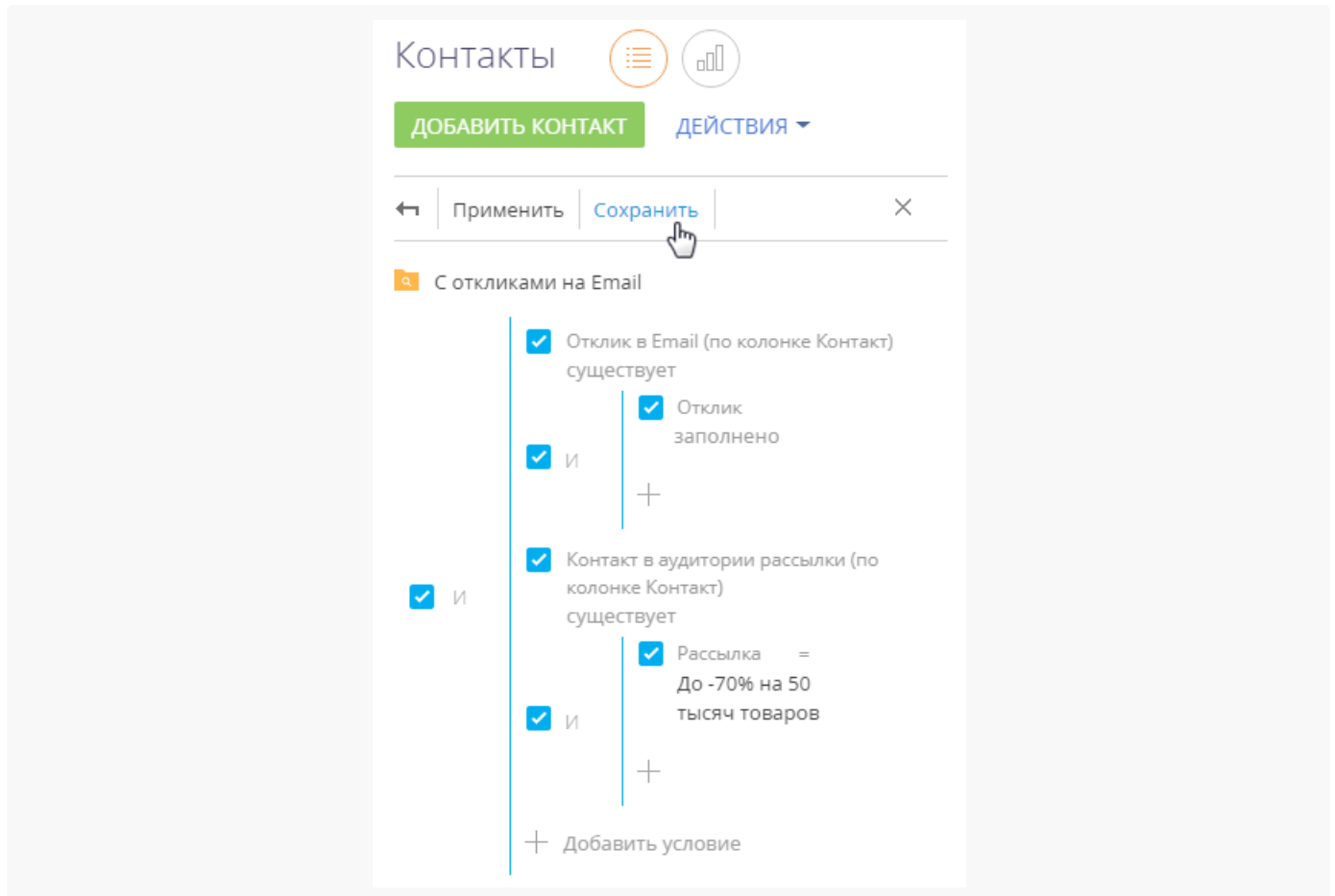
Рекомендуем вывести на деталь колонку [*Категория*], в которой указывается категория рассылки: массовая или триггерная. Вы также можете настроить в разделе [*Контакты*] расширенный фильтр либо динамическую группу по колонке [*Отклик в Email (по колонке Контакт)*]. Выбрав созданную группу в блоке фильтров в реестре раздела [*Контакты*], вы получите список контактов, по которым в системе зафиксированы отклики на проведенную рассылку.

На заметку. Количество дней, в течение которых фиксируется финальный отклик по каждому контакту, указывается в системной настройке “Период (дней) обновления статистики по рассылкам” (код MailingStatisticUpdatePeriod). По истечению указанного периода отклики на странице контакта, а также на вкладке [*Аудитория*] страницы рассылки изменяться не будут.

Для настройки динамической группы:

1. Перейдите в раздел [*Контакты*] и создайте [динамическую группу](#). Назовите ее, например, “С откликами на Email”.
2. Выполните настройку условий фильтрации (Рис. 2).

Рис. 2 — Настройка условий фильтрации



3. Нажмите кнопку [*Сохранить*].

Отклики получателей массовых рассылок будут выводиться на вкладке [*Аудитория*] страницы рассылки.