# **Текстовая консультация по созданию контентных email-рассылок**

Контентные email-рассылки — это письма, которые отправляются подписчикам с целью информировать, обучать, развлекать или вовлекать их в взаимодействие с вашим брендом, продуктом или услугой. В отличие от коммерческих рассылок, которые ориентированы на прямые продажи, контентные рассылки фокусируются на предоставлении ценного контента, что помогает установить долгосрочные отношения с аудиторией, повысить её лояльность и доверие.

В этой консультации мы подробно разберем, что такое контентные email-рассылки, как их создавать, какие типы контента использовать и как эффективно достигать своей цели.

## **1. Что такое контентные email-рассылки?**

Контентные email-рассылки — это регулярные или одноразовые письма, отправляемые подписчикам, которые содержат полезную или развлекательную информацию, статьи, исследования, новости или другие формы контента, которые могут заинтересовать получателя. Основной задачей таких писем является не прямое предложение продукта или услуги, а создание ценности для аудитории, что помогает удерживать её внимание и формировать доверие к вашему бренду.

Пример:

* Письмо с полезными советами по улучшению жизни или работы.
* Рассылка с лучшими статьями блога или новыми публикациями.
* Письмо с интересными новостями или трендами в вашей отрасли.

## **2. Зачем нужны контентные email-рассылки?**

Контентные рассылки помогают решить несколько ключевых задач:

1. **Укрепление бренда и доверия** — через регулярные рассылки вы показываете свою экспертность, что повышает доверие к вам и вашей продукции.
2. **Увеличение вовлеченности аудитории** — подписчики становятся более лояльными и активно взаимодействуют с вашим контентом.
3. **Повышение трафика на сайт или блог** — контентные письма могут включать ссылки на статьи, которые генерируют дополнительный трафик.
4. **Сбор данных и сегментация** — отслеживание, какие материалы вызывают больший отклик, помогает вам лучше понимать интересы своей аудитории.
5. **Поддержка долгосрочных отношений с клиентами** — контент помогает поддерживать интерес и связь с пользователями, даже если они не покупают напрямую.

## **3. Структура контентной email-рассылки**

Создание контентных email-рассылок требует правильной структуры и формата. Вот основные элементы, которые должны присутствовать в письме:

### **3.1 Тема письма**

**Цель:** Привлечь внимание получателя и побудить его открыть письмо.

* Короткая, ясная и интригующая тема.
* Учитывайте интересы целевой аудитории.
* Избегайте использования фраз, которые могут попасть в спам.

**Пример:**

* “5 способов улучшить продуктивность за 10 минут”
* “Новые тренды в цифровом маркетинге: читайте в нашем блоге”

### **3.2 Приветствие**

**Цель:** Начать письмо с персонализации.

* Используйте имя подписчика, если это возможно.
* Приветствие должно быть дружелюбным и формировать позитивное начало письма.

**Пример:**

* “Привет, [Имя]!”
* “Здравствуйте, [Имя], рады вас видеть в нашем сообществе!”

### **3.3 Вступление**

**Цель:** Заинтересовать читателя и кратко объяснить, о чем будет идти речь в письме.

* Сформулируйте проблему, с которой сталкивается ваша аудитория, или предложите решение.
* Сразу предоставьте ценность, чтобы заинтересовать читателя.

**Пример:**

* “Мы знаем, что найти время для саморазвития может быть трудно, поэтому подготовили для вас несколько советов, которые помогут организовать ваш день.”

### **3.4 Основной контент**

**Цель:** Предоставить полезную и интересную информацию, которая соответствует интересам вашей аудитории.

* Включите текст, изображения, инфографику, ссылки на статьи или блоги.
* Используйте заголовки, подзаголовки и списки для удобства восприятия.
* Контент должен быть ценным и информативным.

**Пример:**

1. **Совет #1:** "Начните день с маленьких задач, чтобы почувствовать успех с самого утра."
2. **Совет #2:** "Используйте техники тайм-менеджмента, такие как метод Помодоро."
3. **Совет #3:** "Не забывайте о регулярных перерывах для поддержания энергии в течение дня."

### **3.5 Призыв к действию (CTA)**

**Цель:** Побудить пользователя к следующему шагу, будь то переход на сайт, скачивание контента или участие в опросе.

* Призыв должен быть четким и направленным на результат.
* Используйте кнопки или ссылки с действиями, которые легко воспринимаются.

**Пример:**

* “Читать полную статью”
* “Скачайте наш гайд по тайм-менеджменту”
* “Прочитайте наши новости”

### **3.6 Заключение**

**Цель:** Завершить письмо на позитивной ноте и побудить к дальнейшему взаимодействию.

* Благодарите получателя за внимание.
* Напоминайте о том, что будет в следующем письме.

**Пример:**

* “Спасибо за внимание! Надеемся, наши советы были полезными. В следующем письме мы поделимся еще несколькими идеями, как повысить свою продуктивность!”

### **3.7 Подпись**

**Цель:** Завершить письмо личной подписью, чтобы сделать общение более персонализированным.

* Укажите имя отправителя и его должность.
* Можете добавить контактные данные или ссылки на социальные сети.

**Пример:**

* “С наилучшими пожеланиями, [Имя], команда [Название компании]”

## **4. Какие типы контента использовать?**

Для создания контентных email-рассылок вам нужно учитывать интересы вашей аудитории. Вот несколько типов контента, которые можно использовать:

### **4.1 Образовательный контент**

* **Цель:** Обучить пользователей чему-то новому.
* **Пример:** Советы, руководства, видеокурсы, чек-листы, инфографика.

**Пример темы:** “Как улучшить свою продуктивность за 7 дней”

### **4.2 Развлекательный контент**

* **Цель:** Развлечь вашу аудиторию и сделать общение с вашим брендом приятным.
* **Пример:** Истории успеха, интервью с интересными людьми, шуточные картинки или мемы.

**Пример темы:** “Лучшие офисные мемы, которые поднимут вам настроение”

### **4.3 Вдохновляющий контент**

* **Цель:** Вдохновить читателей на достижение целей или изменений в жизни.
* **Пример:** Цитаты, истории успеха, мотивационные видео.

**Пример темы:** “10 цитат, которые помогут вам начать день с позитивом”

### **4.4 Новости и обновления**

* **Цель:** Информировать вашу аудиторию о новинках в вашем продукте, услуге или компании.
* **Пример:** Объявления о новых функциях, изменениях или релизах.

**Пример темы:** “Мы улучшили ваш опыт! Узнайте, что нового в [продукт/услуга]”

## **5. Как создать контентные рассылки?**

### **5.1 Выбор платформы**

Для создания и отправки контентных email-рассылок вам нужно выбрать подходящую платформу. Вот несколько популярных инструментов для рассылок:

* **Mailchimp** — простой и удобный инструмент для создания рассылок с широкими возможностями для сегментации и анализа.
* **SendGrid** — предоставляет API для интеграции с вашими сервисами и улучшенной аналитики.
* **GetResponse** — помимо рассылок, предлагает функционал для вебинаров и создания лендингов.
* **Benchmark Email** — удобная платформа с доступными шаблонами и хорошей аналитикой.

### **5.2 Создание и отправка письма**

1. **Регистрация на платформе** и настройка аккаунта.
2. **Выбор шаблона** для письма или создание нового письма с нуля.
3. **Добавление контента** в письмо (текст, изображения, ссылки).
4. **Настройка темы письма** и предварительного просмотра.
5. **Тестирование письма** на разных устройствах и почтовых клиентах.
6. **Запуск рассылки** по нужной аудитории.

## **6. Заключение**

Контентные email-рассылки — это мощный инструмент для установления доверительных и долгосрочных отношений с вашей аудиторией. Ключ к успеху в создании таких рассылок — это предоставление ценного контента, который отвечает на потребности ваших подписчиков. Не забывайте использовать сегментацию, персонализацию и четкий призыв к действию, чтобы максимизировать вовлеченность и результативность ваших писем.