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

Триггерные email-рассылки (или автоматические рассылки) — это письма, которые отправляются пользователям автоматически на основе их действий, поведения или в определенные моменты времени. Они имеют высокую степень персонализации и могут быть использованы для повышения вовлеченности, продаж и лояльности клиентов. В этой консультации мы подробно рассмотрим, что такое триггерные email-рассылки, как их создать и на каких примерах можно это реализовать.

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

Триггерная рассылка — это автоматическое письмо, которое отправляется в ответ на определённое действие пользователя или событие в его жизненном цикле. В отличие от обычных рассылок, которые отправляются всем подписчикам по расписанию, триггерные письма нацелены на конкретного пользователя и его действия.

Пример:

* После того как клиент добавил товар в корзину, но не завершил покупку, ему отправляется email с напоминанием.
* После того как пользователь подписался на рассылку, он получает приветственное письмо.

## **2. Виды триггерных рассылок**

### **2.1 Приветственные письма**

**Цель:** Поприветствовать нового подписчика или клиента и настроить его на дальнейшее взаимодействие с вашим брендом.

**Пример:**

* **Когда:** Когда пользователь подписывается на рассылку или регистрируется на сайте.
* **Что отправить:** Приветственное письмо с кратким описанием ваших услуг, с предложением скидки или с полезной информацией.

**Пример письма:**

Привет, [Имя]!  
Спасибо, что подписались на нашу рассылку. Мы рады приветствовать вас в нашем сообществе! Вот несколько ссылок, которые помогут вам начать:

* Узнайте больше о наших продуктах.
* Примените скидку 10% на первый заказ!  
  Ожидайте новые предложения в ближайшее время.

### **2.2 Напоминания о забытых товарах в корзине**

**Цель:** Напомнить пользователю, что он оставил товар в корзине, и мотивировать завершить покупку.

**Пример:**

* **Когда:** Когда пользователь добавляет товар в корзину, но не завершает покупку в течение 1–2 часов или дня.
* **Что отправить:** Письмо с напоминанием о незавершенной покупке и возможно с дополнительным стимулом (например, скидкой или бесплатной доставкой).

**Пример письма:**

Привет, [Имя]!  
Похоже, вы забыли завершить покупку. Ваши товары все еще в корзине!  
[Список товаров]  
Если вы готовы завершить покупку, используйте промокод **SAVE10** для получения 10% скидки. Поторопитесь, предложение ограничено!

### **2.3 Письма о возвращении на сайт (реактивация)**

**Цель:** Возвратить пользователя, который долго не был на сайте, с целью побудить его совершить покупку или выполнить другое целевое действие.

**Пример:**

* **Когда:** Когда пользователь не взаимодействовал с сайтом или не совершал покупки в течение определенного периода времени (например, месяц или 3 месяца).
* **Что отправить:** Письмо с напоминанием о преимуществах вашего продукта/услуги или с персональным предложением для этого пользователя.

**Пример письма:**

Привет, [Имя]!  
Мы скучаем по вам! Заметили, что вы давно не заходили на наш сайт. У нас появились новые товары и эксклюзивные предложения.  
Вот подарок для вас, воспользуйтесь скидкой 15% на любой товар!  
Спешите, предложение действует только до конца недели!

### **2.4 Письма с подтверждением регистрации и действий**

**Цель:** Подтвердить, что определенное действие пользователя было успешно выполнено.

**Пример:**

* **Когда:** Когда пользователь зарегистрировался на сайте или изменил данные профиля.
* **Что отправить:** Письмо с подтверждением действия и инструкциями, если нужно.

**Пример письма:**

Привет, [Имя]!  
Мы рады сообщить, что ваша регистрация на сайте прошла успешно! Теперь вы можете начать делать покупки и пользоваться всеми преимуществами нашего сервиса.  
Если это были не вы, пожалуйста, свяжитесь с нами.

### **2.5 Письма о завершении курса/подписки**

**Цель:** Напомнить пользователю о завершении курса, подписки или другого действия.

**Пример:**

* **Когда:** Когда пользователю нужно завершить подписку, подписаться на новый курс или продлить действия услуги.
* **Что отправить:** Письмо с напоминанием и возможными действиями (например, скидками или предложениями).

**Пример письма:**

Привет, [Имя]!  
Ваша подписка на [курс/услугу] заканчивается через 3 дня. Если вы хотите продолжить, воспользуйтесь эксклюзивной скидкой 20% на следующий месяц.  
Не упустите шанс!

## **3. Как настроить триггерные рассылки?**

### **3.1 Выбор платформы для создания рассылок**

Для создания триггерных рассылок важно выбрать подходящую платформу, которая будет поддерживать автоматизацию email-рассылок. Наиболее популярные платформы:

* **Mailchimp** — предоставляет удобный интерфейс для настройки триггерных писем, а также множество шаблонов для быстрого создания рассылок.
* **SendGrid** — отлично подходит для более сложных автоматизаций, API-интеграций и аналитики.
* **GetResponse** — еще одна популярная платформа для автоматизации email-рассылок с функцией триггерных писем.
* **ActiveCampaign** — помогает создавать и настроить автоматические цепочки писем для триггерных рассылок.

### **3.2 Настройка триггерных писем**

1. **Создайте аккаунт** на выбранной платформе и перейдите в раздел email-автоматизации.
2. **Выберите тип триггерного письма**, который хотите настроить (например, приветственное письмо, напоминание о корзине, реактивация).
3. **Настройте условия отправки письма:** Например, выберите событие (подписка, покупка, добавление товара в корзину) или временной интервал (через 2 часа после добавления в корзину).
4. **Настройте содержимое письма.** Добавьте персонализированные данные, например, имя получателя, список товаров в корзине, скидки и промокоды.
5. **Запустите рассылку.** Подключите систему к вашему сайту или CRM для получения данных пользователей (например, для отправки письма при добавлении товара в корзину).

## **4. Примеры успешных триггерных email-рассылок**

### **Пример 1: Напоминание о забытом товаре в корзине**

**Тема:** Не забудьте завершить покупку!

Привет, [Имя]!  
Мы заметили, что вы оставили товар в корзине. Он всё ещё ждёт вас!  
Ваши товары:  
[Список товаров]  
Завершите покупку прямо сейчас, и получите скидку 10% на весь заказ!  
Спешите, предложение ограничено!

### **Пример 2: Реактивация после долгого отсутствия**

**Тема:** Мы скучаем по вам, [Имя]!

Привет, [Имя]!  
Мы заметили, что давно не видели вас на нашем сайте. Вернитесь и получите скидку 15% на вашу первую покупку!  
Ознакомьтесь с новыми поступлениями!  
С уважением, команда [Компания].

## **5. Заключение**

Триггерные email-рассылки — это мощный инструмент для улучшения взаимодействия с клиентами и повышения конверсии. Используя правильную настройку и автоматизацию, вы сможете эффективно напоминать клиентам о забытых товарах, приветствовать новых пользователей и возвращать старых клиентов. Важно настроить рассылки так, чтобы они соответствовали интересам и действиям пользователя, создавая персонализированный опыт.