

Email-маркетинг и мессенджер-маркетинг от А до Я

Срок обучения: 1 день

Время проведения: ежедневно с 10:00 до 17:30

Выдаваемые документы: Удостоверение о повышении квалификации или Сертификат Moscow Business School

Программа обучения

Фундаментальные основы email-маркетинга

- Разница между рассылкой и email-маркетингом. Польза email-маркетинга для бизнеса
- Основы эффективного email-маркетинга. Типы рассылок
- Инструменты email-маркетолога
- Ключевые ошибки в email-маркетинге
- Входящий email-маркетинг
- Законодательство и правила в email-маркетинге

Стратегия email-маркетинга

- Что такое email-стратегия и зачем она нужна
- Основные принципы построения эффективной стратегии
- Как разработать стратегию email-маркетинга? Фундаментальные вопросы при разработке стратегии
- Особенности построения стратегии email-маркетинга для основных и второстепенных продуктов
- Ключевые ошибки при разработке стратегии email-маркетинга

Проработка целевой аудитории и портретов клиентов

- Принципы определения целевой аудитории
- Сегментация целевой аудитории
- Особенности глубокой проработки целевой аудитории
- Анализ существующей клиентской базы: зачем он нужен и чем полезен
- Как выявить основные маркетинговые триггеры

Анализ рынка и конкурентов

- Конкурентный анализ рынка «с нуля». Цель и этапы конкурентного анализа
- Способы получения информации о конкурентах
- Ключевые конкуренты и их анализ
- Интернет разведка: анализ сайтов ключевых конкурентов
- Принципы анализа систематизированных данных. Как определить сильные и слабые стороны конкурентов и для чего это нужно
- Особенности подведения итогов конкурентного анализа

База подписчиков для email-кампании

- База в несколько тысяч подписчиков. Где брать адреса для рассылок?
- Азы сегментирования базы: доносим нужную мысль нужному подписчику
- Основные критерии сегментации
- Способы проверки адресной базы на актуальность
- Сбор данных для рассылки: три разных типа получателей электронной почты
- База для email-рассылки: управление и интеграция
- Аспекты работы со «спящими» подписчиками

Работа с базой подписчиков

- Создание портрета клиента (аватара)
- Создание списка подписчиков и его сегментация
- Определение конкурентов бизнеса и проведение конкурентного анализа

Точки подписки

- Что такое подписная страница и в чем ее польза
- Элементы подписной страницы
- Каким должен быть текст на подписной странице. Размещение ссылки на подписную страницу
- Особенности настройки подписной страницы в сервисе SendPulse

- Тонкости создания максимально эффективной формы подписки
- Лид-магнит для создания подписной базы. Примеры лид-магнитов
- Где разместить форму подписки

Подготовка email-рассылок

- Сервисы для email-рассылок. Сравнение сервисов рассылок в таблице на основе ряда параметров
- Этапы создания email-кампании
- Работа со списком подписчиков в SendPulse
- Мастер класс по самостоятельному созданию email-рассылки под ключ на базе SendPulse

Фундаментальные основы email-маркетинга

- Разница между рассылкой и email-маркетингом. Польза email-маркетинга для бизнеса
- Основы эффективного email-маркетинга. Типы рассылок
- Инструменты email-маркетолога
- Ключевые ошибки в email-маркетинге
- Входящий email-маркетинг
- Законодательство и правила в email-маркетинге

Создание email-рассылки в NotiSend

- Написание текста письма и подбор иллюстраций
- Создание шаблона письма в конструкторе
- Настройка email кампании
- Настройка отчётности и трекинга в NotiSend
- Отправка тестовой рассылки

Доставка рассылки

- Факторы влияющие на эффективность доставки письма
- Типичные и нетипичные проблемы при доставке рекламных писем
- Управление доставкой писем: контроль доставки и поддержка «чистоты» списка
- Тонкости ведения регулярных рассылок