

# Рассылки и дизайн программы лояльности

Кирилл Чистов  
Интернет-Проекты  
[kchistov@Subscribe.ru](mailto:kchistov@Subscribe.ru)

---

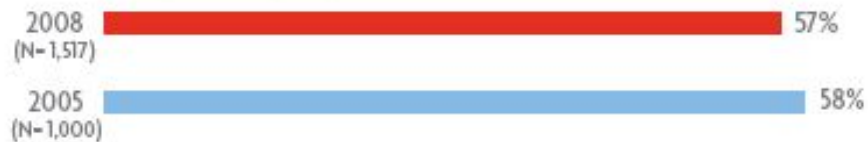
# Проблемы:

- Бюджеты сократился, план KPI - вырос
- \$ / привлечение клиента vs. \$ / удержание = 7
- Дизайн программы удержания
  - Сегментация
  - Мотивация
  - Коммуникация



# Не надоели ли людям рассылки?

My impression of companies from which I purchase products/ services is positively improved when I receive email from them.



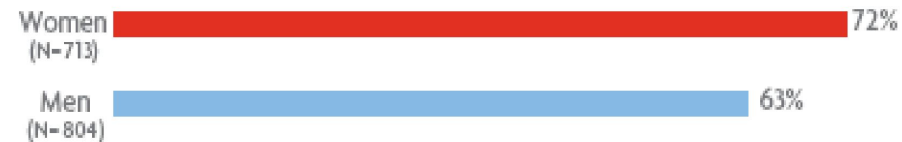
I often remember email I've received from a company while making a purchase online at their website\*



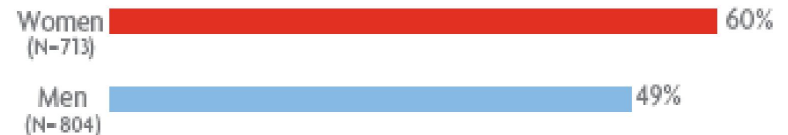
I like receiving email from companies I've registered with: even if I don't always read it, it's good to know it will be there when I'm ready for it.



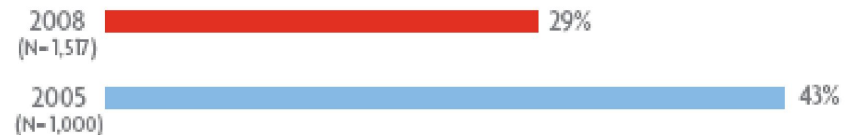
I have gone back to review an email from a company that I know, even days or weeks after I received it.



I regularly save email from companies/stores in my inbox to refer to later when making purchases.

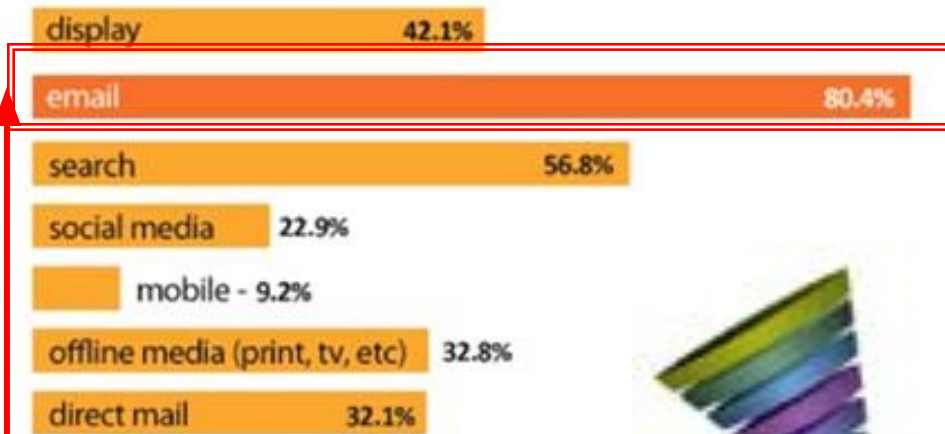


It would be okay for companies that I know and trust to send me email more frequently than they currently do.



# Какой канал дает отдачу вашей компании?

Which advertising channels perform strongly for your company? (select all that apply)

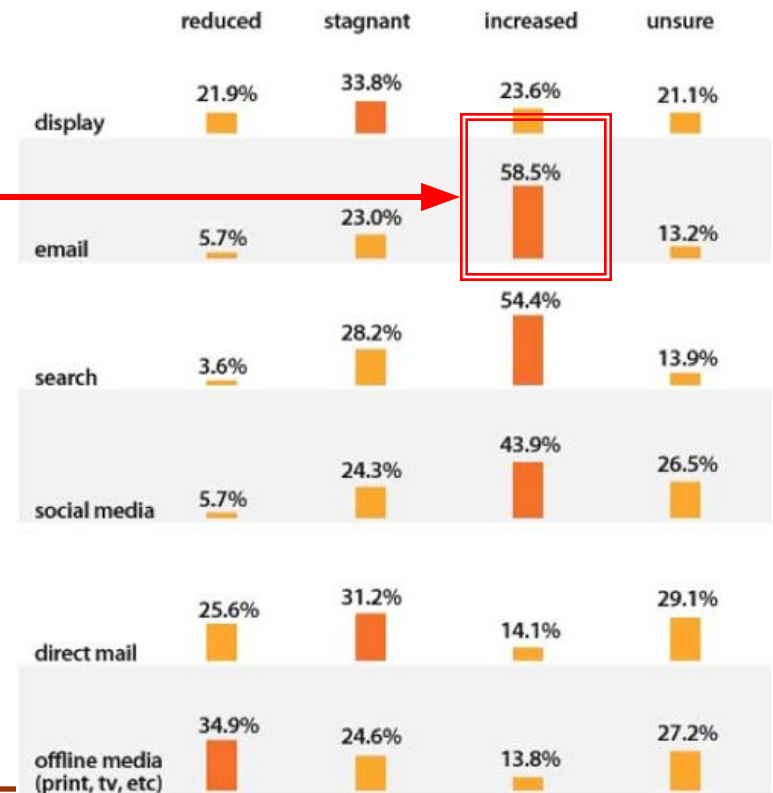


Source: Datran Media

Рассылки работают лучше

На рассылки бюджеты будут расти

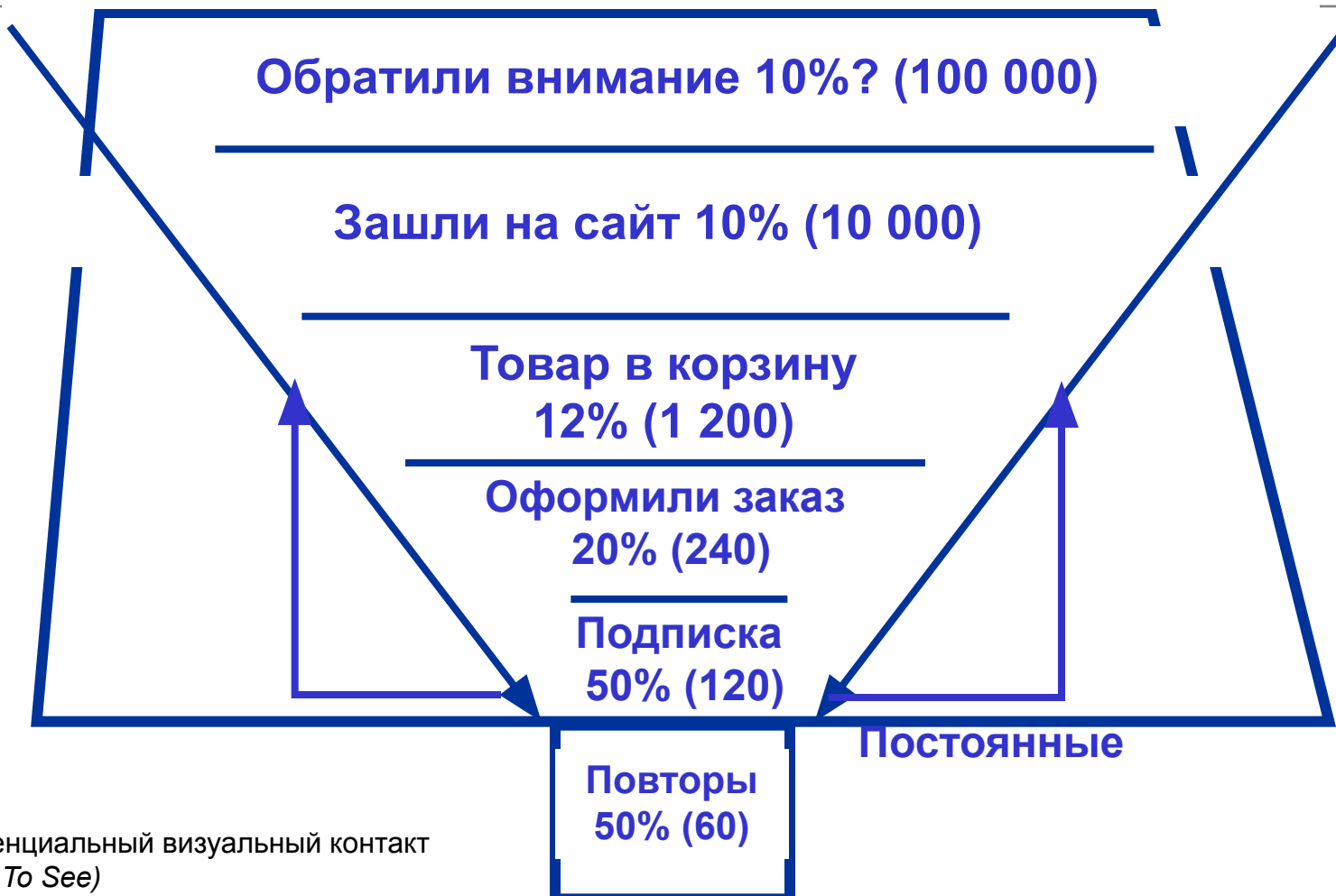
How will budgets be allocated for the following advertising channels in 2009?



Source: Datran Media

# «Воронка» сайта. Интернет-Магазин

Рекламный охват (OTS\*) 20% (1 000 000)

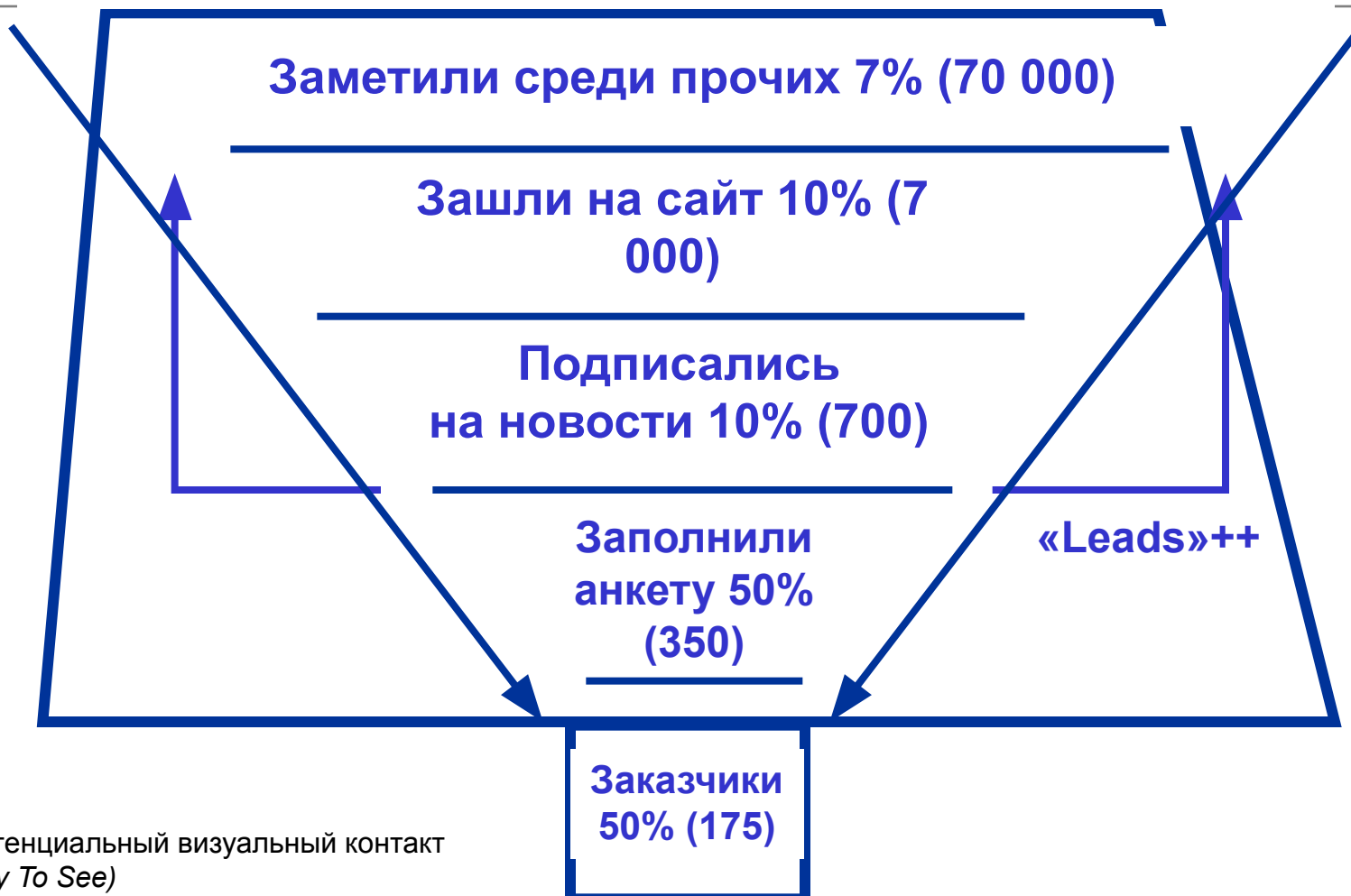


\* OTS – потенциальный визуальный контакт  
(Opportunity To See)



# «Воронка» сайта. Просто бизнес

Рекламный охват (OTS\*) 50% (1 000 000)

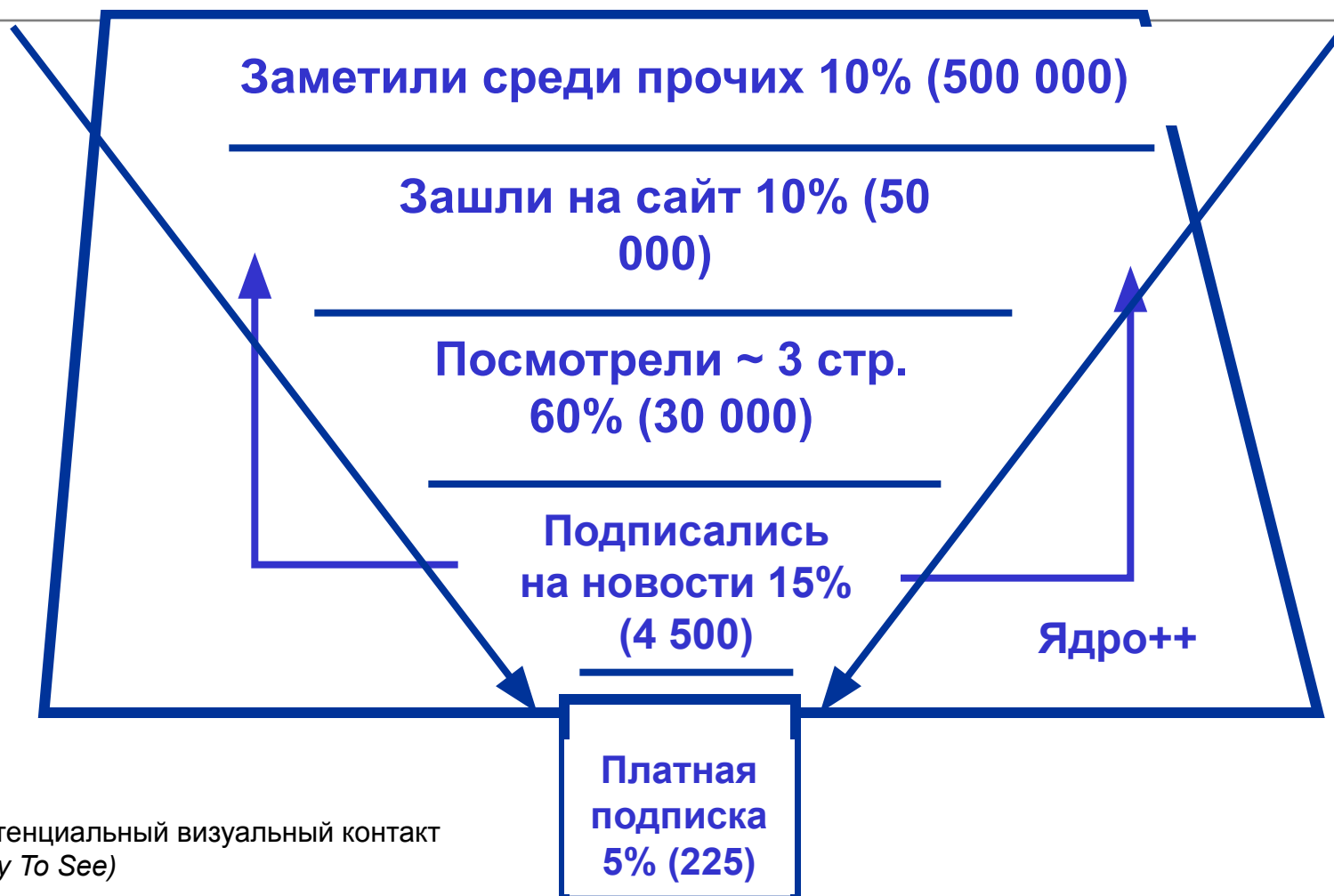


\* OTS – потенциальный визуальный контакт (Opportunity To See)



# «Воронка» сайта. Интернет-СМИ

Рекламный охват (OTS\*) 50% (5 000 000)



\* OTS – потенциальный визуальный контакт  
(Opportunity To See)



# Зачем лояльность?

---

- ✓ **Получение прибыли от нового клиента (посетителя) обходится в 5-7 раз дороже, чем от «старого»**
- ✓ **В трудные времена только лояльные клиенты смогут устоять от соблазна «за углом можно купить дешевле»**



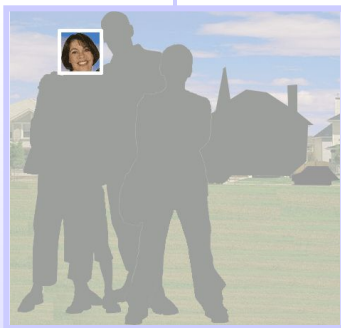


# Дизайн программы лояльности

Что вы знаете о посетителе?



АНОНИМ

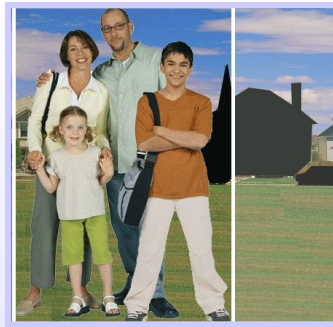


(КОНТЕКСТ)  
ПРОФИЛЬ С  
КРАТКОСРОЧНЫМИ  
ИНТЕРЕСАМИ

Чего хочет посетитель?



(ПОДПИСКА)  
ПОСТОЯННЫЙ  
ПРОФИЛЬ С ДАННЫМИ  
О ПОСТОЯННЫХ  
ИНТЕРЕСАХ И  
ПРЕДПОЧТЕНИЯХ



(CRM)  
ПРОФИЛЬ С ДАННЫМИ  
ОБ ОТКЛИКАХ  
(ЗАКАЗАХ) И/ИЛИ  
СТАТУСЕ ПРИНЯТИЯ  
РЕШЕНИЯ О ПОКУПКЕ

Чего Вы хотите от посетителя?



(CRM 2.0)  
ПРОФИЛЬ С  
ИНTELЛЕКТОМ:

ПОСТОЯННАЯ  
АКТУАЛИЗАЦИЯ  
ГЕНЕРАЦИЯ  
РЕЛЕВАНТНЫХ  
ПРЕДЛОЖЕНИЙ  
«НА ЛЕТУ»

Запомнить название  
решений своих проблем

Выбрать и  
сравнить цены

Понять условия  
приобретения

Купить (удобно  
и выгодно)

Получить сервис  
после покупки

Ассоциации

Знакомство

Интерес,  
Доверие

Заявка  
Покупка

Лояльность  
повторные  
покупки

# Дизайн базы подписчиков

## ✓ Необходимо и достаточно для доставки информации

30  
%

- ✓ E-mail адрес
- ✓ Настройки (Email / RSS, HTML/Text, Win-1251 /KOI-8)
- ✓ Факт подтверждения и обстоятельства подписки (IP, дата и время)

## ✓ Необходимо для персонализации и регистрации

50  
%

- ✓ ФИО
- ✓ Компания
- ✓ Телефон или другой канал альтернативной связи

## ✓ Дополнительная персонализация

80  
%

- ✓ Бизнес-профиль (история)
- ✓ Интересы (избранные разделы / товары)
- ✓ Потребности (ответы на вопросы)



N  
%

- Вероятность того, что сообщение будет принято (открыто)

# Удержание и возврат

Распродажа в магазинах Дикая Орхидея и Бюстье заканчивается 31 марта - Message (HTML)

File Edit View Insert Format Tools Actions Help

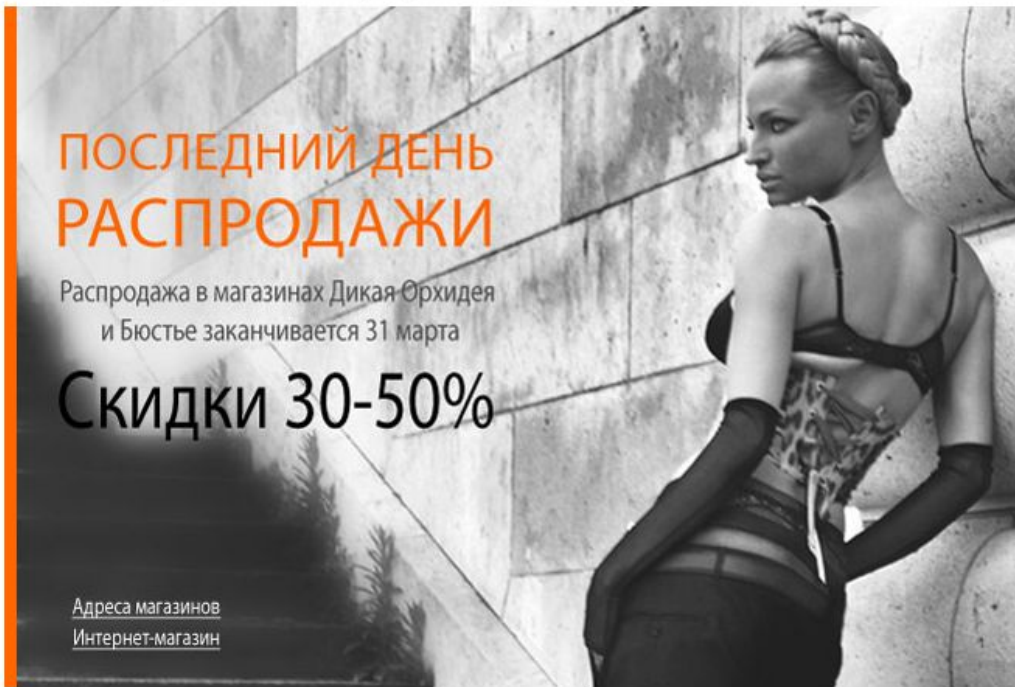
Reply Reply to All Forward

From: Группа компаний "Дикая Орхидея" [einfo@wildorchid.ru] Sent: Пн 30.03.2009 22:31  
To: kchistov@citycat.ru  
Cc:  
Subject: Распродажа в магазинах Дикая Орхидея и Бюстье заканчивается 31 марта

**ДИКАЯ ОРХИДЕЯ**

Если вы не можете прочитать это письмо, пожалуйста, посмотрите его [здесь](#)

БЕЛЬЕ | КУПАЛЬНИКИ | ДОМАШНЯЯ ОДЕЖДА | АКСЕССУАРЫ | КОЛГОТКИ



ПОСЛЕДНИЙ ДЕНЬ  
РАСПРОДАЖИ

Распродажа в магазинах Дикая Орхидея  
и Бюстье заканчивается 31 марта

Скидки 30-50%

[Адреса магазинов](#)  
[Интернет-магазин](#)

Телефон: +7 (495) 926-11-66

Вы получили это письмо, т.к. адрес [kchistov@citycat.ru](mailto:kchistov@citycat.ru) находится в базе данных компании «Дикая Орхидея». Для того, чтобы отказаться от новостной рассылки, перейдите по [этой ссылке](#).

# Клуб покупателей

Ваша 10% скидка на День Рождения действительна еще 3 дня! - Message (HTML)

File Edit View Insert Format Tools Actions Help

Reply Reply to All Forward

From: mailer@ozon.ru Sent: Пн 11.02.2008 1:20  
To: kchistov@iprojects.ru  
Cc:  
Subject: Ваша 10% скидка на День Рождения действительна еще 3 дня!

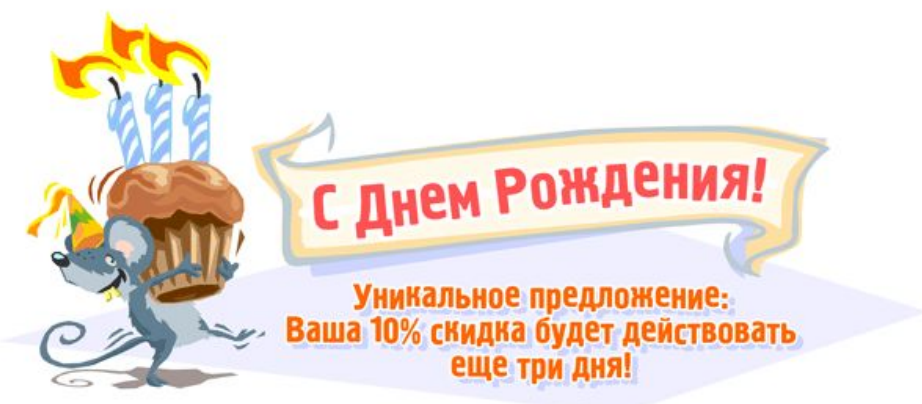
**OZON.ru** [www.ozon.ru](http://www.ozon.ru)

Здравствуйте, Кирилл Владимирович!

Примите наши искренние поздравления с Днем Рождения и пожелания успехов!

Специально для Вас **мы продлили срок действия Вашей 10% скидки еще на 3 дня!**

Скидка действует на заказы, оформленные в **OZON.ru** с даты получения данного письма **до 13.02.08\***.

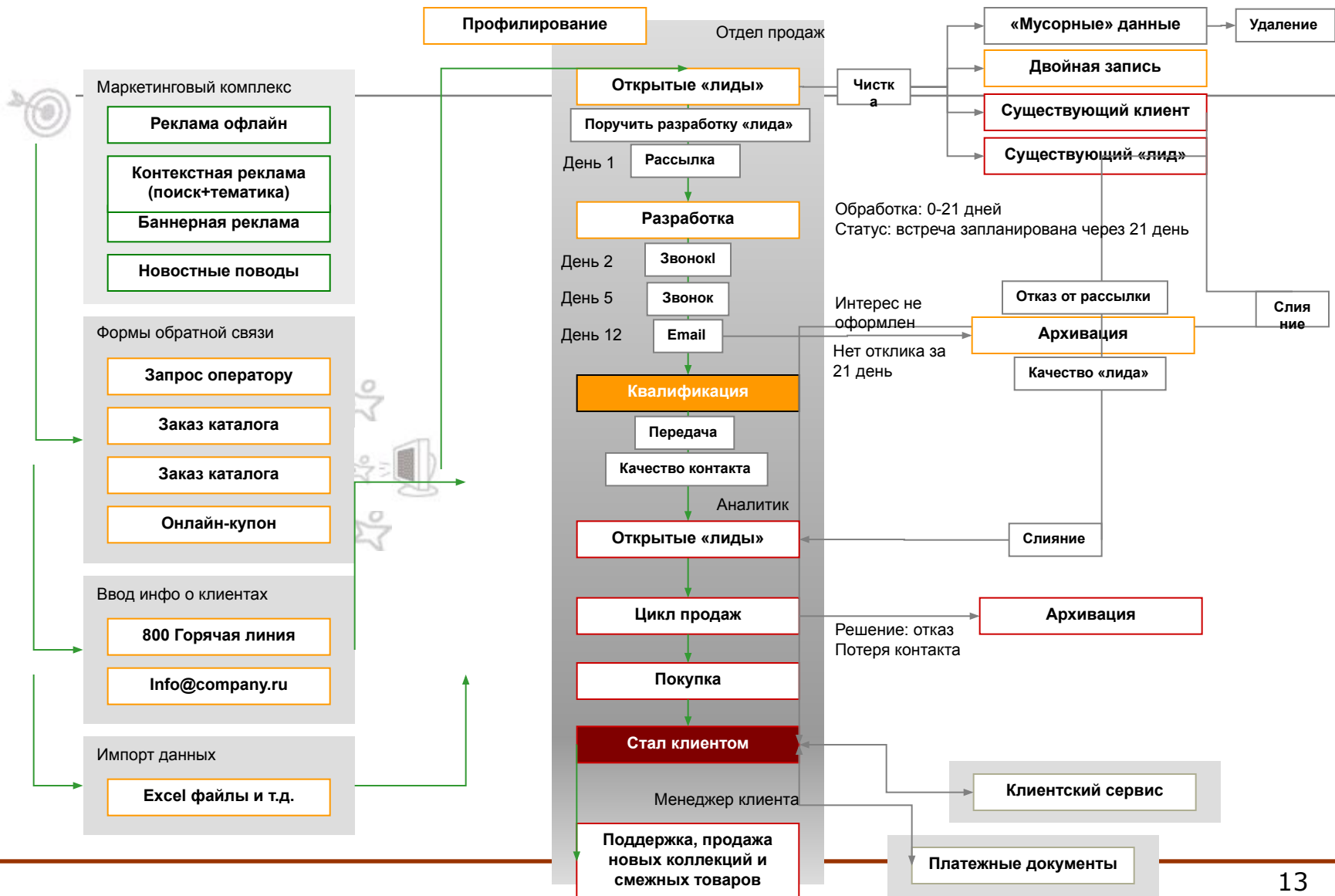


Надеемся, на наших витринах Вы найдете много интересных книг, захватывающих фильмов, замечательной музыки, полезных компьютерных программ и увлекательных игр, которые порадуют Вас и Ваших близких.

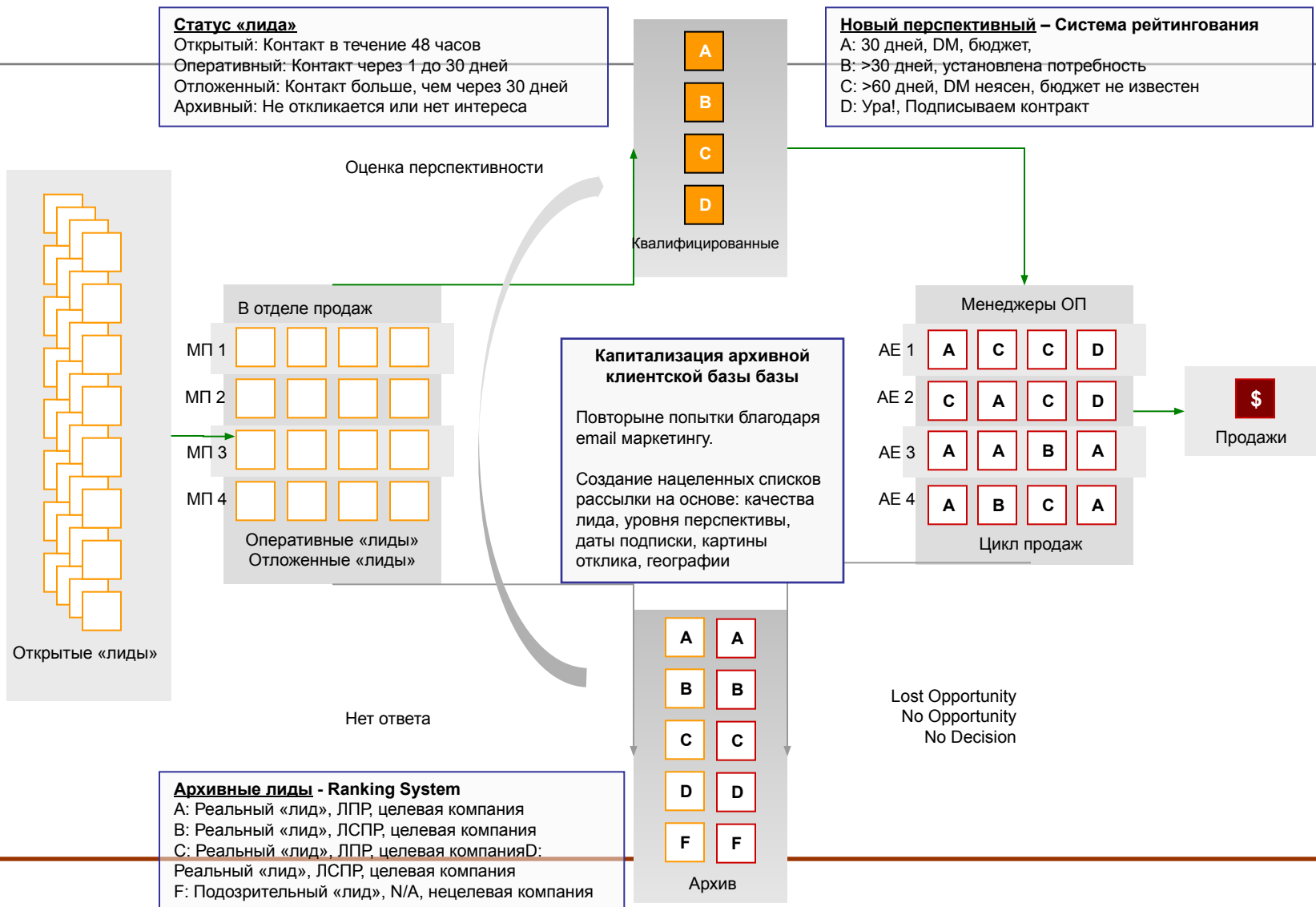
При выборе товаров воспользуйтесь [сервисом персональных рекомендаций](#). Мы поможем Вам сделать правильный выбор!

[Перейти на OZON.ru и воспользоваться скидкой](#)

# Проработка базы данных

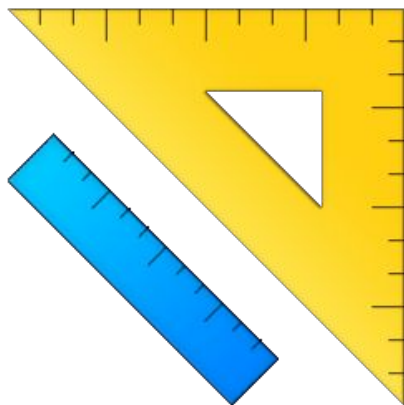
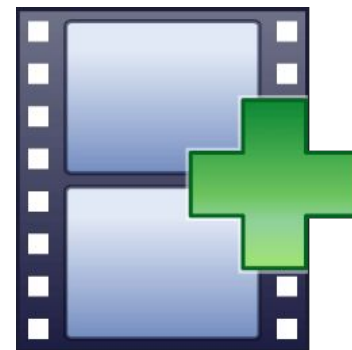


# Сортировка и взвешивание



# Дизайн содержания

- Тематическое (сфокусированное)
- Оригинальное
- Полноценный формат (>3 абзацев, картинки)
- Стимулирует диалог
- Регулярно обновляется



## ✓ «Это интересно!»

- ✓ Новости, события, рейтинги, аналитика

## ✓ «Этим надо воспользоваться!»

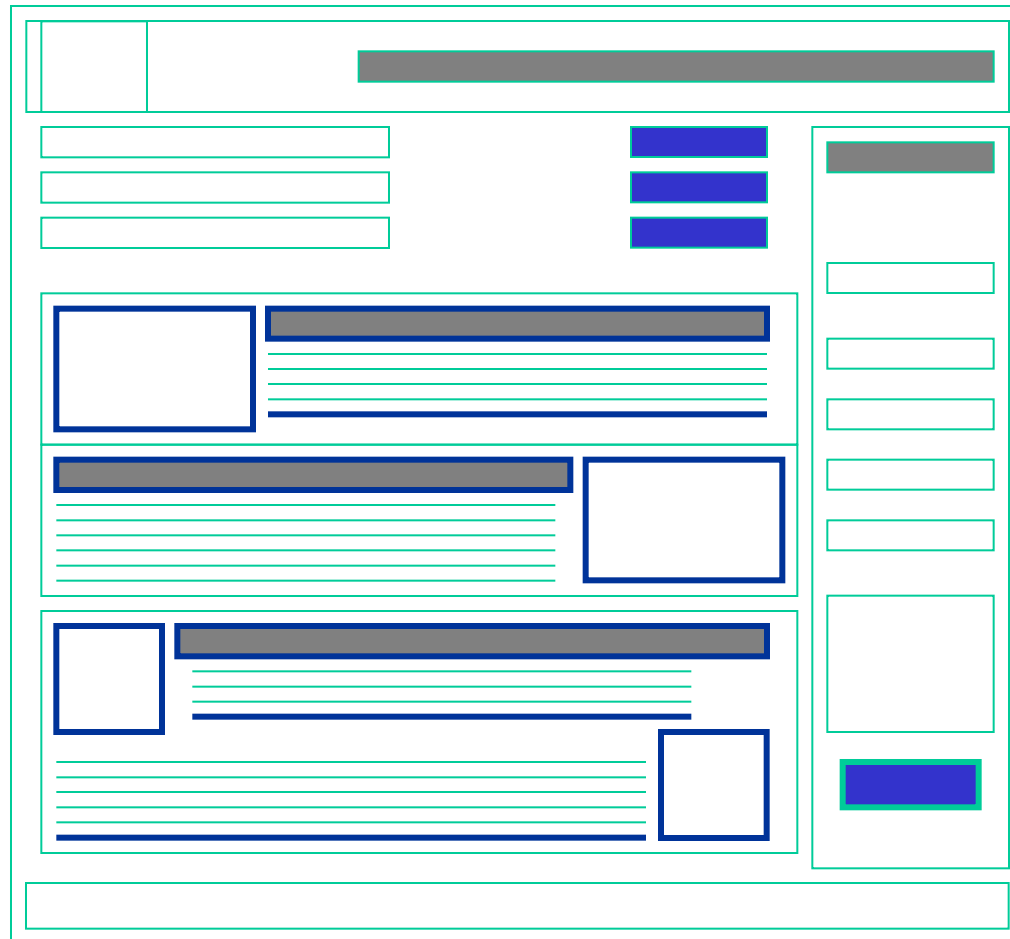
- ✓ Новинки, обзоры, сравнения
- ✓ Специальные предложения

## ✓ «Вы спрашиваете – мы отвечаем»

- ✓ Ответы на вопросы, актуальные интервью
- ✓ Опросы и голосования

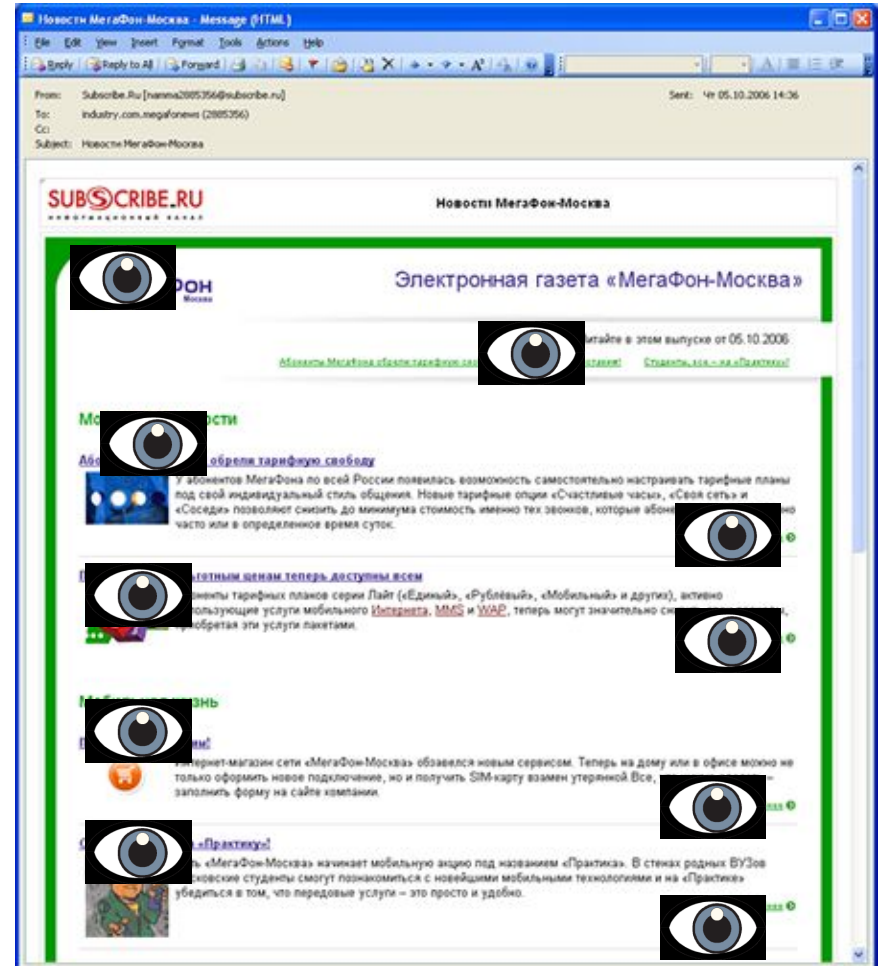
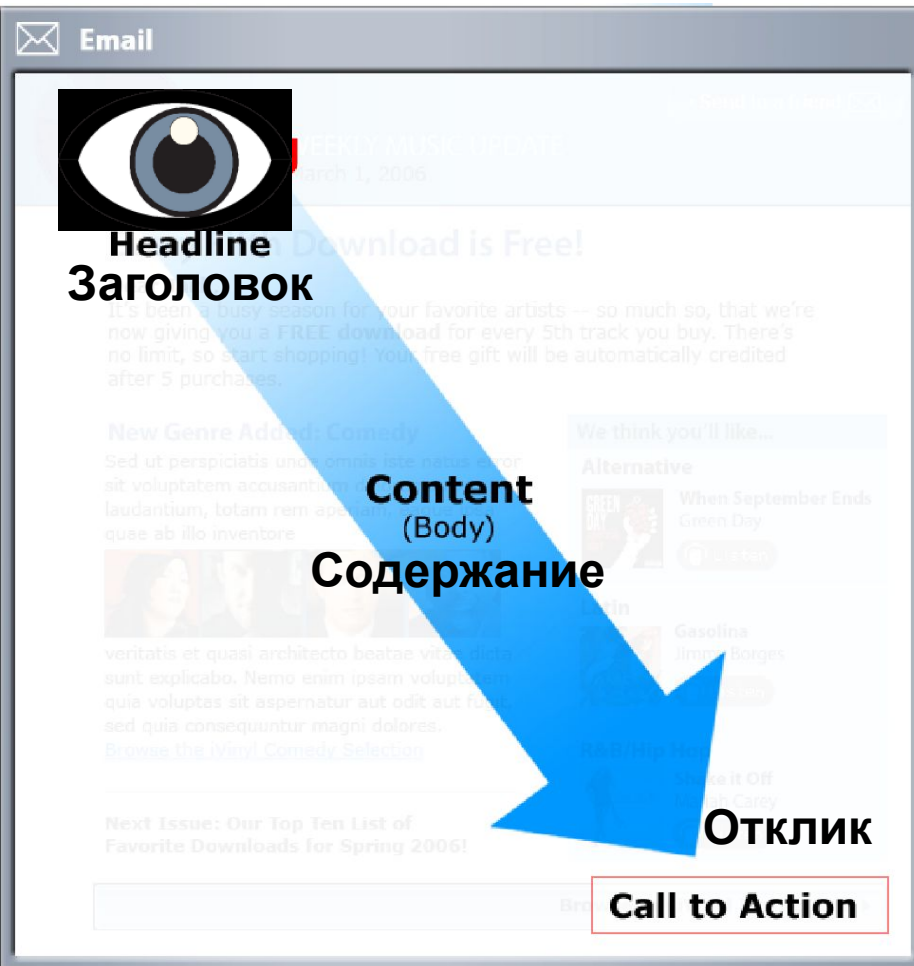
# Дизайн оформления

- ✓ Заголовок
- ✓ Содержание
- ✓ Стимул





# Специфика навигации



# Дизайн обратной связи

---

- Ссылка на подробное описание
  - Голосование / рейтинг / оставить комментарий
  - RFP / RFI (Форма заказа / заявки на доп. информацию)
  - Подписаться / добавить в «закладки 2.0»
  - Ссылки на связанные страницы
-

# Подписная кампания

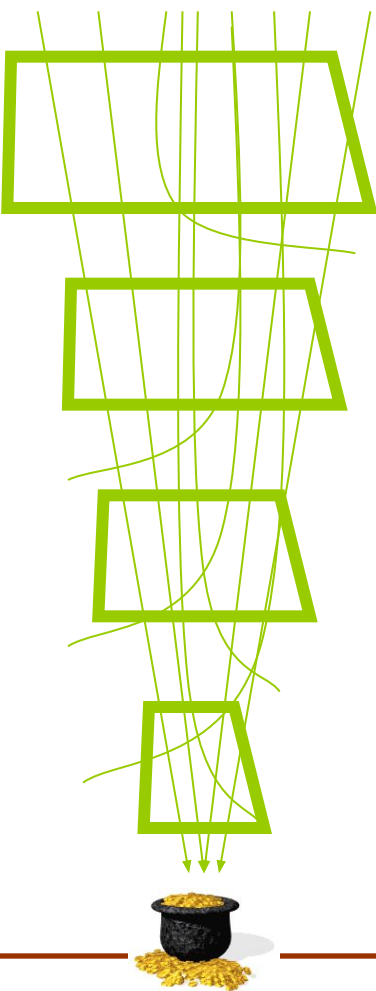
---

- Форма подписки на новости на главной и всех популярных страницах своего сайта
  - Размещение формы подписки на рассылку на популярных сайтах
  - CheckBox в процессе регистрации (доступ в закрытую зону)
  - Ссылка на страницу подписки на новости в переписке
  - Карточка для регистрации (подписки) на стенде на выставках и конференциях
  - Карточка подписки в местах продаж и в офисе
  - Окно подписки в рекламе (баннеры, реклама в прессе)
  - Предложение подписаться при личных контактах с партнерами и в договорах
  - Программа «Почитал сам – дай почитать другу»
-

# Продвижение с помощью ПОДПИСНЫХ КАТАЛОГОВ



# Анализ статистики и повышение **ROI**



## Реклама, PR

- Трафик (Источники)
- Посетители («Сезонность», увеличение «ядра»)
- Ключевые слова, которые привлекают посетителей



## Клиентский сервис (CRM)

- Посетители (Новые vs. Старые vs. Странные)
- Трафик (Точки входа и точки выхода)



## Увеличение БД клиентов

- Трафик (Целевые страницы)
- # Анкет / # Посетителей
- # Анкет / Рекламная площадка



## Электронная коммерция / B2B

- Покупатели (Источники, пути, время на страницах)
- Конверсия (# Заказов / # Посетителей)
- Потери (# Заказов / # Заявок)

### Customer Behavior Commonly Tracked at Web Sites Worldwide, 2002 (as a % of respondents)

Time spent at site	59%
Browser used	42%
Clickstream progression through site	41%
Page referrals from other sites	35%
E-Mail marketing referrals	35%
Search engine referrals	34%
Site abandonment rate	28%
Banner/online ad referrals	22%
Shopping cart abandonment rate	14%

Source: Yankee Group, September 2002

044033 ©2002 eMarketer, Inc.

www.eMarketer.com

# Статистика

- '000 Число подписчиков (читателей) на отчетный период
- % Средний процент оттока (Unsubscribe)
- % Средний процент ошибок доставки (смена адреса, блок, фильтр)
- % Процент жалоб на спам (от общего объема списка рассылки)
- '000 Прирост списка (было подписчиков + новых - недоставка - отписка)
- % Средний уровень активности (# уник. «показов» + кликов / # отправленных)
- % Средний уровень отклика (CTR: # кликов / # отправленных)
- '000 Отклик (# переходов по ссылкам в выпусках или публикациях)
- % Средний уникальный отклик (# уник. кликов / # уник. показов)
- % Средний процент вирусности («послать другу»)
- % Удержание (# подписчиков - недоставка – отписка) / # подписчиков
- '000 Общее число покупок за период
- % Конверсия (# заказов / общее # переходов по публикациям)
- \$ Стоимость привлечения нового покупателя
- \$ Общая ценность (оборот/прибыль) вовлеченных клиентов

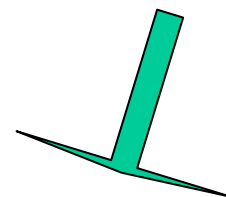
# КРІ (продажи)

- **CTR (Click-Through Rate) = процент откликов (# кликов / # показов, %)**
- **CPC (Cost per Click) = цена отклика от ЦА (бюджет / # кликов)**
- **CPCU (Cost per Click Unique) = цена уникального отклика ЦА**
- **Leads = Количество потенциальных клиентов (анкет с контактами)**
- **Количество обращений по продуктам / услугам (без анкет)**
- **CPA (Cost Per Action) = цена действия (анкеты / подписки / регистрации и т.д.)**
- **Revenue = объем продаж (по рекламе / через сайт)**
- **CR (Conversion Rate) = % Конверсии (число покупок / число посетителей, %)**
- **CRU = % Конверсии покупателей (число покупателей / число посетителей, %)**
- **CPS = цена привлечения одной покупки (Бюджет / число покупок)**
- **RR = % повторных покупателей (Retention Rate)**

# План безубыточности

Дата отчета	Инструмент привлечения клиентов	Единица	руб./ ед.	Кол-во	Бюджет	Откликов	Заказов	Прибыль	ROI
31.03.2009	Продвижение сайта в поисковых машинах	квартал	90 000,00р.	1	90 000,00р.	4950	90	270 000,00р.	200%
31.03.2009	Контекстная реклама (текстовые объявления)	переход	24,00р.	3750	90 000,00р.	3750	90	270 000,00р.	200%
31.03.2009	Баннеры и ссылки на тематических сайтах и в каталогах	1000 показов	300,00р.	300	90 000,00р.	6000	60	270 000,00р.	200%
31.03.2009	Реклама в подписных рассылках	1000 показов	500,00р.	180	90 000,00р.	3000	90	270 000,00р.	200%
31.03.2009	Ведение и продвижение новостного издания, работа с аудиторией (форумы, блоги, диск. Листы)	подписчик / месяц	30,00р.	3000	90 000,00р.	2400	90	270 000,00р.	200%
Всего:					450 000,00р.	20100	420	1 350 000,00р.	200%

Дата отчета	Инструмент привлечения клиентов	Бюджет	Откликов	CPC	% заказов	Заказов	Повторных заказов (3 мес.)	Совокупная прибыль	ROI
31.03.2009	Статистика учетной системы (CRM / ER)	90 000,00р.	4950	18,18р.	1,82%	90	30	360 000,00р.	300%
31.03.2009	Набор ключевых фраз группа B	90 000,00р.	3750	24,00р.	2,40%	90	15	315 000,00р.	250%
31.03.2009	Баннеры на тематических сайтах (Группа C)	90 000,00р.	6000	15,00р.	1,00%	60	50	495 000,00р.	450%
31.03.2009	Реклама в подписных рассылках (Группа D)	90 000,00р.	3000	30,00р.	3,00%	90	110	600 000,00р.	567%
31.03.2009	Корпоративный журнал (Email Blog RSS WAP SMS)	90 000,00р.	2400	37,50р.	3,75%	90	150	720 000,00р.	700%
Всего:		450 000р.	20100	22,39р.	2,09%	420	355	2 490 000,00р.	453%





# Вместо резюме!

- **Сегментация посетителей сайта**
- **Анализ информационного спроса**
- **Накопление и развитие базы лояльных клиентов и посетителей**
- **Фокусировка на повторные покупки**
- **Поощрять привод друзей и знакомых!**



**Спасибо за внимание!**

---

**Кирилл Чистов**  
**[kchistov@Subscribe.ru](mailto:kchistov@Subscribe.ru)**

---