

Содержание

Введение. О добре и зле	11
О разнице между рассылкой и e-mail маркетингом	13
О пользе e-mail маркетинга	14
Топ ошибок в e-mail маркетинге	16
Домашнее задание	23
ТОЧКИ ПОДПИСКИ	25
Глава 1. Подписная страница	27
Элементы подписной странице	27
Текст на подписной странице	28
Размещение ссылки на подписную страницу	32
Домашнее задание	35
Глава 2. Форма подписки: от гадкого утенка до прекрасного лебедя	36
Как сделать форму подписки максимально эффективной?	36
Тестирование.....	38
Где поставить форму подписки	38
Домашнее задание	41
РЕГУЛЯРНАЯ ИНФОРМАЦИОННАЯ РАССЫЛКА	43
Глава 3. Подготовка к запуску регулярной информационной рассылки	45
Анализ конкурентов	47
Домашнее задание	51
Глава 4. Подготовка концепции регулярной информационной рассылки	52
Ставка на полезную или эмоциональную информацию	53
Тематика рассылки	55
Состав выпуска	56

8 Содержание

Название рассылки	57
Источники информации	58
Ведущий рассылки	59
Регулярность рассылки	61
Домашнее задание	63
Глава 5. Тонкости ведения регулярных рассылок	66
В какой день лучше отправлять рассылку?	66
В какое время лучше отправлять рассылку?	66
Как удержать от отписки?	67
Как правильно оформить процесс отписки?	68
С какой частотой делать рассылку?	69
Забудьте про почтовый адрес noreply@	70
Вытягивайте подписчика на действие	70
Как избежать папки «Спам»?	71
Как узнать, доходят ли мои письма?	72
Альтернативное мнение	73
Домашнее задание	74
ПИСЬМА «ПО ПОВОДУ»	75
Глава 6. Событийные письма	77
Письма по поводу традиционных и отраслевых праздников	78
Письма по поводу придуманных праздников	80
Письма по поводу определенного события, связанного с подписчиком	81
Домашнее задание	83
Глава 7. Серия рекламных писем	84
Как строить серию писем для анонса акции	85
Как строить серию приветственных писем	87
Домашнее задание	88
ОБЩИЕ ПРАВИЛА E-MAIL МАРКЕТИНГА	89
Глава 8. План на три месяца	91
1. Составление стратегии на три месяца	91

2. Сбор материала и подготовка	93
3. Планирование	93
4. Решение технических вопросов	93
Домашнее задание	94
Глава 9. Ода бонусам: что и как предлагать	
за подписку	95
Физические товары	95
Электронные товары	96
Услуги	97
Домашнее задание	97
Глава 10. Приветственное письмо	98
Благодарность и анонс	99
Первая порция полезной информации	99
Первая порция рекламы	100
Анкета	100
Обязательные требования	101
Домашнее задание	102
Глава 11. Тексты для e-mail рассылок	103
Поле «От кого»	103
Поле «Тема письма»	105
Как люди читают электронные письма?	108
Заголовок и тема письма — одно и то же?	109
Домашнее задание	109
Глава 12. Тестирование: как увеличить отклик	
в несколько раз?	110
Созерцание	110
Тестирование	111
За какими показателями следить?	115
Домашнее задание	116
Глава 13. Чем рассылать будем?	117
«Самописные» системы	118
Десктопные приложения	118

10 Содержание

Специализированные сервисы e-mail маркетинга	119
Домашнее задание	123
РАБОТА С БАЗОЙ	125
Глава 14. Как привлечь массового подписчика	127
Как быстро собрать базу в несколько тысяч подписчиков?	128
Домашнее задание	134
Глава 15. Азы сегментирования	135
Критерии сегментации	136
Рассылайте только нужные подписчику сообщения.	138
Как получить информацию о подписчике?	140
Домашнее задание	148
Глава 16. Работа со «спящими» подписчиками	149
Дать отдохнуть	149
Привлечь повторно	150
Спецпредложение	151
Отписать с предупреждением.	151
Удалить без предупреждения	152
Домашнее задание	152
Глава 17. Способы дополнительной монетизации базы.	153
Продажа рекламных мест.	153
Продажа спонсорского пакета	154
Партнерские программы	154
Рассылка рекламных писем	155
Аутсорсинг размещения рекламы	156
Домашнее задание	156
Неужели заключение?	157
Приложение. Проверь свое письмо (чек-лист)	158
Список рекомендуемой литературы	161
Об авторе	162