**Как сделать рассылку по email своими руками – полная инструкция для новичка**

В этой статье вы узнаете, как сделать рассылку по email своими руками, с чего начинать и как отправить первое письмо.

Как собрать базу подписчиков и какой сервис выбрать для емейл рассылки.

Получите пошаговую инструкцию по запуску и прочитаете основные ошибки новичков и опытных пользователей сервисов рассылок чтобы не совершать их самому.

### Содержание: syag08

1. Подготовка к рассылке по email #syag01
2. Выбор сервиса #syag02
3. Сбор клиентской базы #syag03
4. Создание шаблона #syag04
5. Ошибки и как их избежать #syag05
6. Вывод #syag07

## Подготовка к рассылке по email syag01

На мой вопрос руководителям о частоте отправки писем по email своим подписчикам самыми популярными ответами были:

* раз в неделю
* раз в две недели
* раз в месяц примерно
* и самое популярное объяснение – не хотим надоедать своим клиентам, чтобы они не отписались.

И я задавал им следующий вопрос: - «*зачем вы посылаете своим подписчикам такие письма, которые могут им надоесть?*»

Как правило, на этот вопрос я уже ответа не получал, потому что они не знают зачем они вообще отправляют письма своим подписчикам.

И мы мягко подошли к тому, что прежде чем начать email рассылку вам нужно определиться с целями.

В основном главной целью будет продажа, но только запомните, что в лоб сейчас очень трудно продать. Поэтому вам нужно для начала разогреть аудиторию, подготовить ее к продаже. И когда ваши подписчики будут готовы – смело делайте им предложения. Это только одна стратегия для рассылки писем по email.

Другая стратегия – начинайте продавать сразу, с первого письма и продолжайте в каждом письме.

И первая и вторая стратегии работают, но все зависит от вашей целевой аудитории. На каком этапе готовности к покупке вашего продукта вы собираете своих подписчиков.

### Первый шаг – целевая аудитория

Начните с изучения своей целевой аудитории, для освежения памяти прочитайте статью «Как определить целевую аудиторию для бизнеса — подробная инструкция» <http://sergeystegno.ru/kak-opredelit-celevuju-auditoriju-podrobnaja-instrukcija/>. Я подробно описал, как определить целевую аудиторию для своего бизнеса.

### Второй шаг – определение цели

Определитесь с целью, рассылки которую вы собираетесь делать, потому что от цели будет зависеть и материал писем, и периодичность рассылки.

Примеры целей:

* привлечь новых клиентов;
* привлечь посетителей на сайт;
* увеличить продажи;
* повысить градус доверия покупателей;
* информирование об новинках, акциях, розыгрышах и тд;
* напоминания;
* допродажи и кросс продажи;

Примеры писем для рассылки:

* информационные письма – что и как происходит в вашей компании, прежде чем отправлять такие письма – задумайтесь, насколько эта информация будет интересна вашим подписчикам;
* рекомендации относительно ваших продуктов – вот это уже интереснее;
* напоминания о «забытых» покупках;
* информирование об новинках, акциях и розыгрышах – отлично работает информация о новой коллекции или иной поставке товара;
* рассказ о знаменитостях в вашей отрасли, которые пользуются вашим продуктом;
* отзывы на ваши продукты;
* рекомендации, что к этому вы можете докупить … - для допродаж и кросс продаж
* поздравления с праздниками – не забывайте при этом делать заманчивые предложения.

### Третий шаг – формат и периодичность рассылки

В зависимости от вашей целевой аудитории и цели рассылки подберите формат подробнее ниже в «Создание шаблона» #syag04 и периодичность с которой вы будете отправлять письма.

Про периодичность хотелось бы вам рассказать подробнее. Я не зря начал эту часть с истории о том, как часто отправляют свои письма.

Знаете, у многих предпринимателей действительно сидит страх, что подписчик отпишется, поэтому они стараются отправлять как можно реже.

Но это в корне неправильно – если ваши письма будут неинтересны, то клиент отпишется по любому. Поэтому, чтобы не отписывались - нужно писать интересные письма.

Я вам скажу больше, у меня рассылка настроена таким образом, что если подписчик не открывает три письма подряд, то отписка происходит автоматически. Мне не нужен подписчик для проформы, мне нужны те люди, кому интересны мои письма и мысли и которые открывают и читают письма из моей рассылки.

Расскажу вам одну стратегию рассылки, можете применить ее в своей.

Настраиваете рассылку на год.

* По одному письму в месяц – 12 писем в которых рассказываете основные вещи о вашей компании;
* По одному письму в неделю – это 52 письма, сужаете тему.
* И в промежутках между этими письмами можете рассылать еще письма с заманчивыми предложениями, новыми поступлениями, приглашениями на праздники и акции и тд.

Эта схема отлично работает практически в любом бизнесе, только подстройте ее по свою целевую аудиторию.

Время и дни недели для отправки писем:

* 9:00-10:00 — отправляйте письма на любую тематику;
* 15:00-17:00 — отличное время для отправления рекламных предложений (с понедельника по четверг);
* 17:00-19:00 — эффективнее работают письма с предложением на развлекательные мероприятия;
* 19:00-22:00 — подходящее время для развлечений и покупок в интернет-магазинах;

Рассылка наиболее эффективно работает в вторник, среду и четверг.

### Четвертый шаг – составьте контент-план

Поскольку основные шаги вы проделали пред этим, поэтому составить контент-план для вас не составит никакого труда.

Ах, да, чуть совсем не забыл – контент-план – это документ в который вы прописываете, когда и в какое время и какие письма будете отсылать своим подписчикам.

***вернуться к содержанию #syag08***

## Выбор сервиса syag02

Когда контент-план у вас уже готов самое время решать, как начать отправлять письма.

Есть два варианта – отправлять письма руками и использовать сервис, я предпочитаю и рекомендую вам использовать сервисы. Это намного удобнее и есть один основательный плюс в сервисе вы можете настроить автоматическую отправку.

А в отправлении руками, то забыли отправить, то не в то время отправили и тд.

Но даже это все меркнет перед основным преимуществом сервиса – это наличие аналитики.

Вы сможете увидеть

* сколько ваших писем дошли до адресатов
* сколько открыли
* сколько прочитали текста в письме
* сколько перешли по ссылке
* возраст аудитории
* географию
* и еще массу важной информации, которую вы не получите при ручной рассылке.

Сервисов для email рассылок сейчас достаточно, я пользуюсь двумя: MailerLite <https://www.mailerlite.com/invite/dade5e4b43f85> и SendPulse <https://sendpulse.com/ru/?ref=664499>

Вы можете воспользоваться любым, а можете и теми, которыми пользуюсь я, тем более что

* MailerLite – до 1000 подписчиков бесплатно <https://www.mailerlite.com/invite/dade5e4b43f85>
* SendPulse – до 2500 подписчиков бесплатно <https://sendpulse.com/ru/?ref=664499>
* и пользуетесь полным функционалом.

***вернуться к содержанию #syag08***

## Сбор клиентской базы syag03

Для того чтобы рассылать email письма, нужно две вещи – письма и адреса людей, которые эти письма будут читать. К письмам мы подойдем в следующем пункте, а в этом поговорим о сборе клиентской базы.

Сегодня практически на каждом углу предлагают купить различные базы контактов, при чем не очень дорого. Но я придерживаюсь мнения специалистов, что для эффективной рассылки базу нужно собирать самому.

Причина до банальности проста – в купленной базе независимости от количества адресов вы можете не найти ни одного своего потенциального клиента. А деньги потрачены, время упущено и результата – ноль – оно вам надо? Главное, что и винить то некого.

Совсем другое дело, когда вы соберете базу своих родных подписчиков, которые дали вам по своей воле свои контактный email и поверьте – это много стоит.

Но прежде чем начать сбор – узнайте у своей аудитории и дайте людям причину, по которой они согласятся оставить вам свои контакты.

Пример, что это может быть:

* книга – как у меня на сайте
* скидка
* бонус
* подарок
* обещание прислать информацию о новом поступлении, которое нужно выполнить в обязательном порядке.

### 5 способов собрать клиентскую базу

1. **Подписная форма на сайте**
* **Встраиваемая форма**

Добавьте на свой сайт форму для подписки. Желательно чтобы эта форма была на всех страницах сайта. Разместите ее в шапке, подвале (футере) или с боку (сайдбаре) вашего сайта.

Для примера – на этом сайте форма размещена в правом сайдбаре.

* **Всплывающее окно (pop-up)**

Это форма подписки, которая всплывает после определенного действия посетителя:

* + посещения сайта,
	+ по прошествии определенного времени нахождения на сайте – от 2 до 30 секунд,
	+ когда посетитель прочитал определенное количество текста – от 30 до 70%,
	+ когда посетитель уходит с сайта.
* Считается, что всплывающее окно неудобно, закрывает текст и навязчиво, но … все это меркнет по сравнению с повышением конверсии, которое оно дает.
* **Интерактивная кнопка**

Принцип действия – в любом месте сайта стоит кнопка, посетитель кликает на нее мышкой и попадает на страницу подписки или всплывает окно с формой подписки.

1. **Посадочная страница**

Как правило, одностраничный сайт на котором находится форма подписки и призыв к действию подпишись.

Может быть, как полностью сформированный лендинг, так и просто страница с формой.

Примеры:

<https://www.subscribepage.com/y1q5y2>

<https://landing.mailerlite.com/webforms/landing/m0m1f8>

1. **Социальные сети**

Прорекламируйте в своих соцсетях ссылку на подписную форму или свой сайт.

1. **Реклама по подписной базе партнера**

Договоритесь с партнером, у которого похожая целевая аудитория на рекламу вашей подписной страницы или формы по своей базе подписчиков.

1. **Офлайн**

Предложите вашим клиентам подписаться на вашу рассылку за …, например, скидку, бонус, подарок или обещания «сообщить, когда появится в наличии».

Комбинируйте все способы и поверьте через некоторое время у вас будет своя база подписчиков.

***вернуться к содержанию #syag08***

## **Как сделать рассылку по email своими руками**

Остался последний шаг для того чтобы сделать и запустить рассылку по email своими руками

## Создание шаблона syag04

В сервисе для email рассылок, что в MailerLite <https://www.mailerlite.com/invite/dade5e4b43f85> что в SendPulse <https://sendpulse.com/ru/?ref=664499> , да и в остальных тоже создать самому шаблон письма весьма легко.

Составляйте блоки, как в конструкторе и все.

Главное запомните, что должно быть в вашем письме:

* Привлекательный заголовок – он же будет и темой письма.
	+ Цель заголовка – заинтересовать открыть письмо и прочитать первое предложение
* Текст – интересен для ваших подписчиков
	+ Приветствие
	+ Повод письма – повторение темы
	+ Основная часть – обоснование и основное предложение
	+ Призыв к действию
	+ Прощание
	+ P.S. – сделать акцент на важное.
* Картинки и видео - не обязательно
* Ссылка для перехода на … по необходимости.

Сделали, все можно отсылать … хотя нет, подождите еще пару минут, прочитайте про ошибки и лайфхаки.

***вернуться к содержанию #syag08***

## Ошибки и как их избежать syag05

Самые популярные ошибки, которые допускают не только новички, но и опытные пользователи.

**На первом месте стоит –** **покупка базы email адресов.**

Казалось бы, все уже знают, что надо собирать своих подписчиков, что спам — это зло и тд. Тем не менее начинающие предприниматели еще «ведутся» на предложения купить готовую базу.

Ну а что делать, когда написано так что кажется будто это те самые ваши потенциальные клиенты.

Не верьте – это все написано только для одного, чтобы вы купили.

**Второе место заслуженно занимает –** **рассылка новостей**

Перед тем как отправить письмо, поставьте себя на место читателя, - вам бы это было интересно читать?

А после идет рассылка раз в месяц, чтобы подписчики не отписались

**Третье место - нерегулярность**

Ваши подписчики привыкают получать от вас письма регулярно. А когда вы пропадаете на полгода, и вдруг приходит ваше письмо – оно либо сразу попадает в спам, либо его удаляют не открывая.

**Четвертое место – ранние продажи**

Есть такое понятие как степень «подогретости» клиента.

Сначала к вам поступает «холодный» клиент, по мере получения ваших писем он «подогревается». Покупает, когда становится совсем «горячим».

Так вот если начинать продавать раньше, то это выглядит так, как будто вам собираются втюхать что-то что вам не нужно.

Не забывайте об этом.

**Пятое место – игнорирование аналитики и отказ от теста**

Прежде чем запустить рассылку по всей базе сделайте тест по фокус-группе и сравните результаты. Если они вас устраивают, то запускайте.

Если нет, докрутите письмо или серию писем и … протестируйте еще раз. и так до тех пор пока вас не удовлетворит результативность.

**Шестое и последнее место относится к дизайну и рабочих инструментов в письме**

Когда создадите шаблон – протестируйте его на фокус-группе, может это только вам нравится эти желтые буквы на светло-зелёном фоне?

И перед отправкой проверьте работу всех кнопок, ссылок, скорость загрузки письма и удобно ли читать как на мониторе компьютера, так и на мобильном.

Теперь проверьте ваше письмо, если нашли ошибки – исправьте.

Нет ошибок или исправили, можно запускать!

***вернуться к содержанию #syag08***

## Вывод syag07

Вы узнали, как сделать рассылку по email своими руками, с чего начинать и как отправить первое письмо.

Повторю по шагам что вам нужно было сделать:

1. определили целевую аудиторию, которым вы будете рассылать свои письма;
2. поставили цели и задачи для рассылки;
3. определили формат и периодичность рассылки;

Промежуточный итог: по прошествии этих трех шагов вы составили контент план рассылки

1. выбрали сервис для рассылки email, помните я рекомендовал;
	* MailerLite <https://www.mailerlite.com/invite/dade5e4b43f85>

или

* + SendPulse <https://sendpulse.com/ru/?ref=664499>
1. собрали свою клиентскую базу;
2. сделали шаблон письма;
3. проверили письмо на наличие ошибок;
4. запустили тестовую рассылку;
5. проанализировали;
6. запустили массовую рассылку.