Бауманский учебный центр «Специалист»

Программа курса Email - маркетинг: тактика и техника ведения клиентов через рассылки

Код курса: **ЕМАЙЛ**

Тема	Ак. часов
Модуль 1. Особенности email-маркетинга как канала коммуникации • Email-рассылки в различных видах бизнеса: онлайн-торговля, услуги, образование, медиа, b2b. Особенности и примеры. • Основные понятия email-маркетинга: email-платформа, ESP, адаптивность, доставляемость, спам и double opt-in. • Ключевые показатели рассылки и способы их улучшения: Open Rate, Click Rate, Unsubscribes, Complaints. • Роль и задачи email-маркетолога на предприятии: что делает хороший email-маркетолог.	**2**
Модуль 2. Подготовка email-рассылок • Платформы email-рассылок, критерии выбора и обзор систем работающих на российском рынке. • Создание и настройка email-аккаунта (создаём и настраиваем бесплатный аккаунт). • Структура email-письма. Тема, прехедер, хедер, заголовок, контентная часть, CTA, футер. • Выбор шаблона и типовых элементов для email-рассылки. • Тестирование письма на корректность отображения. • Создаём и отправляем первое письмо.	**4**
Модуль 3. Сбор базы подписчиков • Откуда брать адреса для рассылок. Клиентская база, подписчики с сайта, мероприятия и встречи. Почему нельзя использовать покупные и «пиратские базы». • Гигиена и валидация баз данных: сервисы и инструменты проверки адресной базы перед загрузкой в сервис рассылки. • Импорт и экспорт подписчиков. • Формы подписки. Настройка страницы подписки. • Лид-магнит как основной способ создания подписной базы. Виды и примеры лид-магнитов. • Сервисы интеграции форм подписок на сайт.	**2**
Модуль 4. Что писать в рассылке: системный подход к созданию контента • Что такое email-стратегия. Как составить правильную email-стратегию для бизнеса. • Темы писем. Как составить хорошую тему письма чтобы повысить его открываемость. • Основы email-копирайтинга. Как писать, чтобы ваши письма ждали и читали. Новостные рассылки и дайджесты. • Понятие серий и цепочек писем. • Составляем тексты приветственной серии писем (welcome-серия). • Настраиваем серию приветственных писем.	**4**

Модуль 5. Аналитика и сегментация клиентской базы. Бизнес-модель прибыльной email-рассылки • Принципы и типы сегментации клиентской базы. Какие сегменты важны для успешных рассылок. • Как работать с сегментами подписчиков. • Как анализировать результаты рассылок: методы и пути улучшения показателей. Влияние рассылок на лояльность и продажи. • Бизнес-модель прибыльной email-рассылки.	**2**
Модуль 6. Триггерные и транзакционные письма. Полезные сервисы • Триггерные и транзакционные письма. • Настройка триггерных писем. • Интеграции с другими сервисами. Формы для сайта, опросы, сбор подписчиков на сайте. • Подготовка изображений для рассылок. Особенности адаптивной верстки. Полезные сервисы. • Где смотреть рассылки конкурентов и примеры писем. • Пошаговый план внедрения email-маркетинга в компании.	**2**
Аудиторная нагрузка в классе с преподавателем	**16 ак.ч. + 16 ак.ч. самостоятельно**

По окончании обучения на курсе проводится итоговая аттестация. Аттестация проводится в виде теста на последнем занятии или на основании оценок практических работ, выполняемых во время обучения на курсе.

Контакты центра

Для частных лиц
+7 (495) 232-32-16

Для организаций
+7 (495) 780-48-44

E-mail
info@specialist.ru