



# Email-маркетинг в Carrot quest

Мы рассказываем о своем подходе к email-маркетингу в номинации «самый **технологичный** email-маркетинг», хотя на запуск данной стратегии мы почти **не привлекали программистов** и использовали **один сервис**.



# Carrot quest

Для email-маркетинга мы используем собственный сервис для автоматизации коммуникаций.

Сервис **собирает ключевую информацию о посетителях сайта** и, используя эти знания для персонализации, **автоматически ведет каждого из них по воронке** к целевому действию.

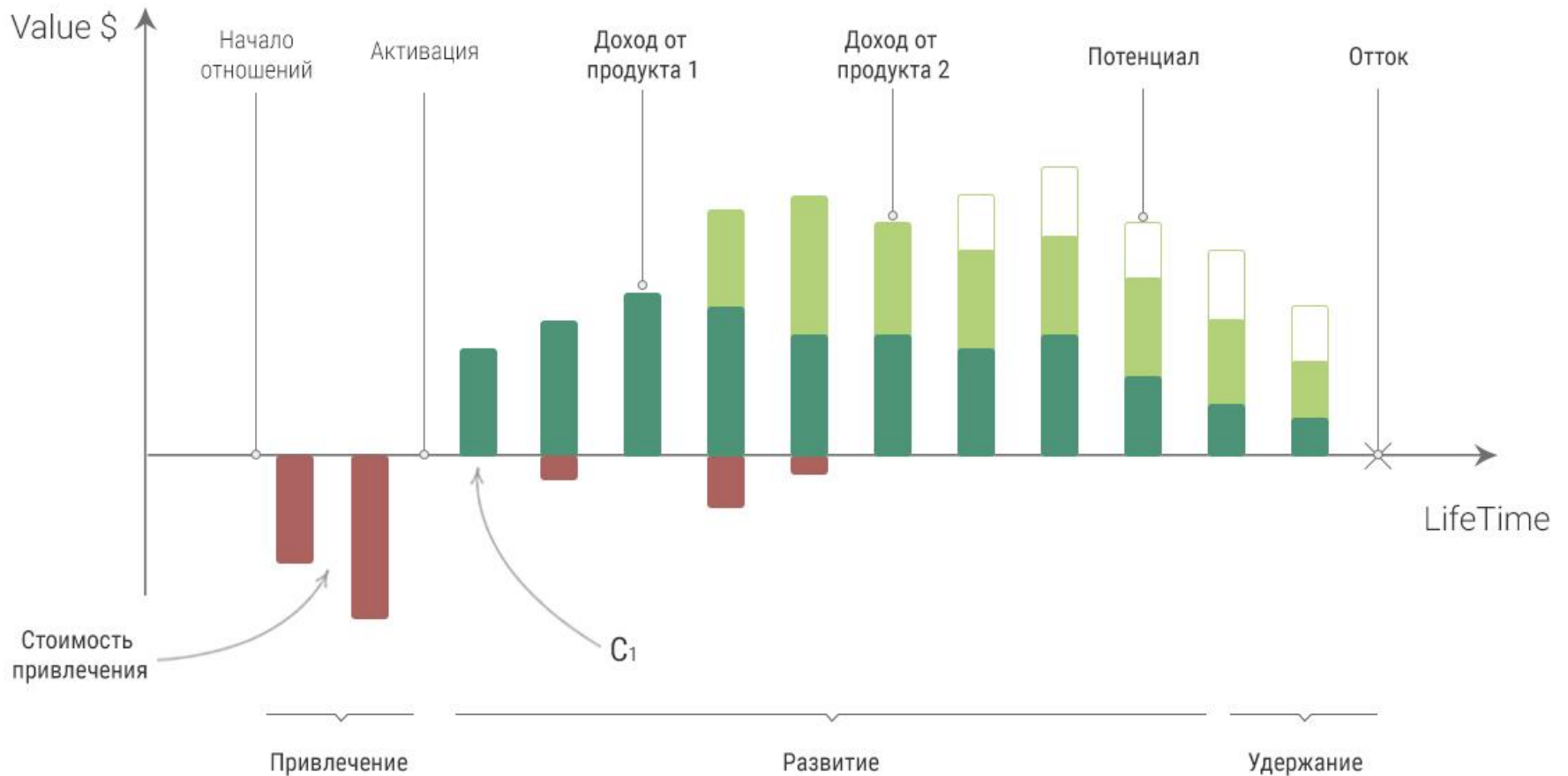
# Основная цель

Донести ценность продукта до пользователя и конвертировать его в постоянного клиента.

Если ценность не будет получена, то не будет целевого LTV.

# Активация и влияние на LTV

Как автоматизация маркетинга влияет на LTV пользователя



# Задачи email-рассылок

1. Информирование пользователей;
2. Активация и обучение в продукте;
3. Ручные рассылки под разные сегменты пользователей;
4. Удержание и возвращение неактивных пользователей.

# 0. Сбор данных и сегментация

Для персонализации и автоматизации писем мы собираем **данные о каждом пользователе**:

- из какого канала он пришел;
- имя, почта, телефон;
- какие страницы сайта просматривал;
- когда зарегистрировался и какой сайт добавил;
- насколько активировался в сервисе и какие инструменты использовал;
- и другие.

# Данные добавляются в карточку пользователя

## События (триггеры)

Действия пользователя на сайте

## Свойства

Свойства пользователя

События + Свойства =  
триггеры и фильтры для  
запуска автоматизации  
рассылок

The screenshot displays a user profile for 'Dmitry' with the email 'mitya.ivent@gmail.com' and phone number '89091034633'. The profile is divided into three main sections: 'Свойства' (Properties), 'События' (Events), and 'История диалогов' (Conversation History).

**Свойства (Properties):**

- Локация:** Moscow, Moskva, Russia
- Первый источник (неизвестно):** (unknown)
- Первый источник (домен):** (unknown)
- Последняя активность:** 21 июл 2016 12:37
- User ID (не определен):** (not defined)

**События (Events):**

Time	Event Type	Details
21.07.16 12:37:06	Коммуникация: Отправлено сообщение	ID диалога: 22758118, ID сообщения: 16951, Вид: email, Название: Обновить гардероб через месяц, Тип сообщения: auto
21.06.16 13:36:44	Коммуникация: Отправлено сообщение	ID диалога: 19470665, ID сообщения: 14926, Вид: email, Название: Брошенная корзина, Тип сообщения: auto
21.06.16 12:37:10	Коммуникация: Менеджер не взял звонок / Callmart	Менеджер: CQ Arbat, Направление: Исходящий
21.06.16 12:37:03	Зашел на "Заказ сформирован"	Номер заказа: <a href="http://bitrix.cartotquest.ru/personal/order/make/index.php?ORDER_ID=38">http://bitrix.cartotquest.ru/personal/order/make/index.php?ORDER_ID=38</a>
21.06.16 12:37:00	Кликнул на "Оформить заказ"	Email: mitya.ivent@gmail.com, Доставка: Доставка курьером, Комментарий: Яндекс, ФИО: Dmitry
21.06.16 12:37:00	Кликнул оформить заказ	
21.06.16 12:36:49	Коммуникация: Прочитано сообщение	ID диалога: 19460341, ID сообщения: 15292, Вид: popup_small, Название: Попал после того, как оставили телефон, Тип сообщения: auto
21.06.16 12:36:49	Коммуникация: Отправлено сообщение	ID диалога: 19460341, ID сообщения: 15292, Вид: popup_small

**История диалогов (Conversation History):**

- Dmitry, уже...
- Пора отпра...
- Надемся, предлагае...
- с удовольсь...
- С уважением...
- Команда ht...



# 1. Информационные письма

Пользователи регистрируются и используют Carrot Quest бесплатно 14 дней.

Изучают много информации и только после этого принимают решение о покупке.

## Наша задача:

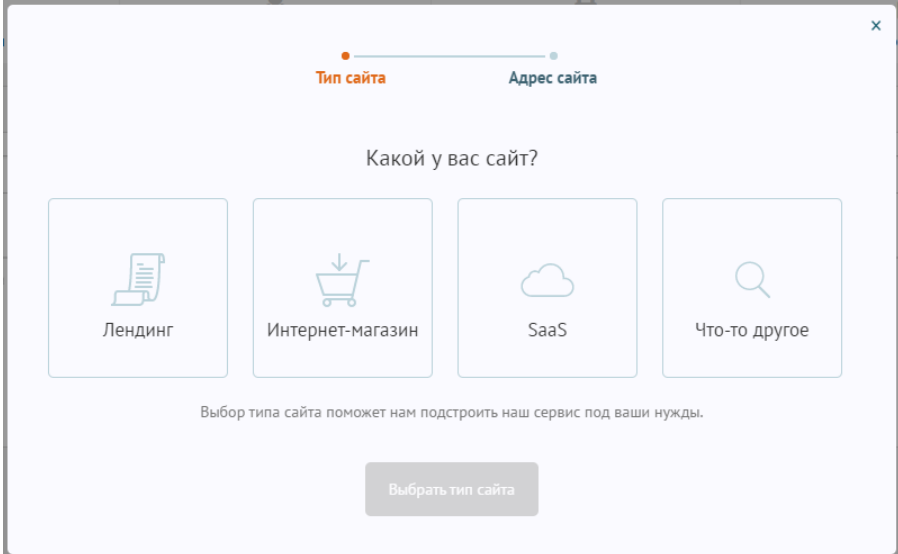
- начать коммуникацию с пользователем;
- рассказать, что его ждет в продукте;
- начать активацию в сервисе;
- Информировать об этапах пробного периода.

# Персонализация на основе задачи бизнеса

На первом этапе мы разделяем пользователей по сфере бизнеса, в зависимости какой сайт он добавил при регистрации.

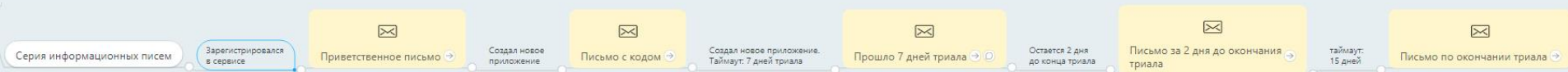
Он автоматически получает актуальное приветственное письмо.

Подобную сегментацию мы так же учитываем и в других письмах.



The screenshot shows a registration form with a progress bar at the top. The progress bar has two segments: 'Тип сайта' (Type of site) in orange and 'Адрес сайта' (Site address) in blue. Below the progress bar, the question 'Какой у вас сайт?' (What is your site?) is displayed. There are four options, each in a light blue box with an icon and text: 'Лендинг' (Landing page) with a document icon, 'Интернет-магазин' (Online store) with a shopping cart icon, 'SaaS' with a cloud icon, and 'Что-то другое' (Something else) with a magnifying glass icon. Below the options, a note states: 'Выбор типа сайта поможет нам подстроить наш сервис под ваши нужды.' (Choosing the site type will help us customize our service to your needs.). At the bottom, there is a button labeled 'Выбрать тип сайта' (Choose site type).

# Welcome серия



В **первом письме** мы пробуем наладить контакт; Чуть дальше предлагаем посмотреть небольшой ролик о сервисе;

И настраиваем пользователя на работу, предупреждая: «В сервисе много интересных инструментов и решений, что за 5 минут и не разобраться. Выделите несколько часов...»

Следующие письма отправляются по времени и информируют пользователя: как установить код, сколько осталось бесплатного периода и т.д.

[Ссылка на все письма](#)

The screenshot shows an email from Carrot Quest Academy. The header includes the Carrot Quest logo and the word "Академия". The main text reads:

**Привет,**

Меня зовут Дима, я CEO сервиса Carrot Quest. Рад первым поприветствовать вас и вашу команду.

Да, вы меня подловили, это автоматическое письмо ;) Но если у вас возникнут какие-то вопросы, просто напишите их ответом здесь, и я буду счастлив пообщаться и помочь.

Обязательно посмотрите небольшой [ролик о возможностях сервиса](#):

Below the text is a screenshot of the Carrot Quest application interface, featuring a large red play button icon over a map and data visualization.

В сервисе много интересных инструментов и решений, что за 5 минут и не разобраться. Поэтому выделите несколько часов своего времени в ближайшие 14 дней и не пропускайте вспомогательные материалы от нас.

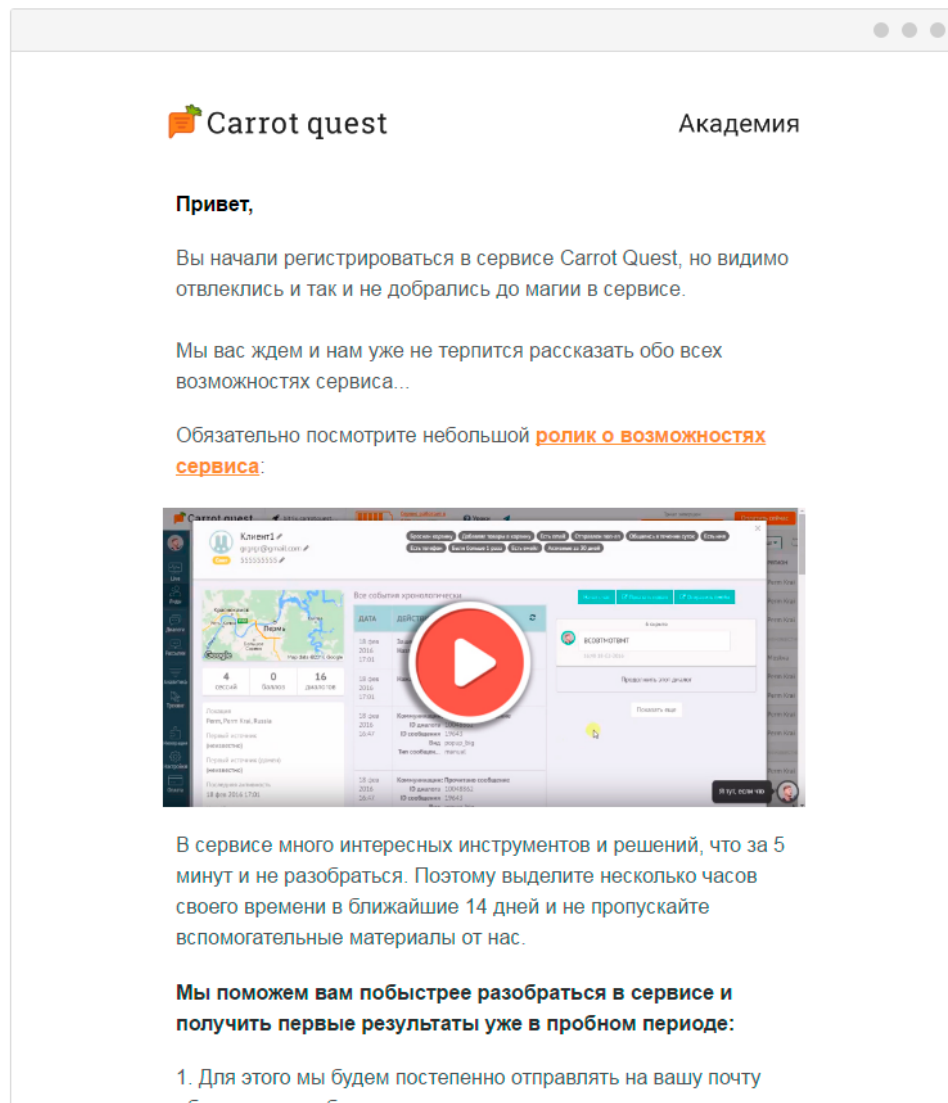
**Мы поможем вам побыстрее разобраться в сервисе и получить первые результаты уже в пробном периоде:**

# Не закончил регистрацию

Если пользователь не закончил регистрацию, то вместо стандартного приветственного он получает письмо с предложением закончить регистрацию.

Так мы **возвращаем в среднем 54%** от тех, кто не закончил регистрацию.

Таким образом мы работаем персонально с каждым сегментом.



**Carrot quest** Академия

Привет,

Вы начали регистрироваться в сервисе Carrot Quest, но видимо отвлеклись и так и не добрались до магии в сервисе.

Мы вас ждем и нам уже не терпится рассказать обо всех возможностях сервиса...

Обязательно посмотрите небольшой [ролик о возможностях сервиса](#):

В сервисе много интересных инструментов и решений, что за 5 минут и не разобраться. Поэтому выделите несколько часов своего времени в ближайшие 14 дней и не пропускайте вспомогательные материалы от нас.

**Мы поможем вам побыстрее разобраться в сервисе и получить первые результаты уже в пробном периоде:**

1. Для этого мы будем постепенно отправлять на вашу почту

# [Ссылка на все письма](#)

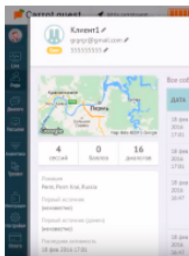
## Carrot quest

Привет,

Меня зовут Дима, я С поприветствовать вас

Да, вы меня подловили у вас возникнут какие-то вопросы, и я буду счастлив помочь.

Обязательно посмотрите [наши кейсы](#).



В сервисе много интересных кейсов, но не все сразу понятно. Если вы хотите узнать, как более эффективно использовать сервис, то обязательно посмотрите [наши кейсы](#) и следите за обновлениями.

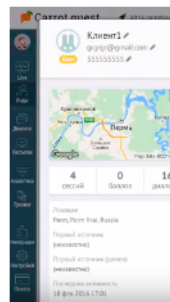
## Carrot quest

Привет,

Вы начали регистрироваться и так много интересного.

Мы вас ждем и хотим помочь вам в решении ваших задач.

Обязательно посмотрите [наши кейсы](#).



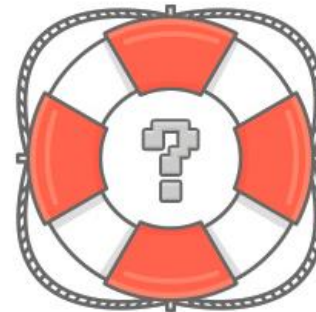
В сервисе много интересных кейсов, но не все сразу понятно. Если вы хотите узнать, как более эффективно использовать сервис, то обязательно посмотрите [наши кейсы](#) и следите за обновлениями.

## Carrot quest

Привет,

Мы хотим сказать СПАСИБО, что пользуетесь нашим сервисом Carrot quest уже 7 дней и ищете новые возможности для решения ваших задач. Это круто.

**Все ли у вас получается? Мы тут, чтобы помочь!**



Если у вас возникают вопросы или что-то кажется не до конца понятным, пишите нам, можно ответным письмом здесь или прямо на сайте в чате. Мы подскажем и поможем!

Если вы хотите узнать, как более эффективно использовать сервис, то обязательно посмотрите [наши кейсы](#) и следите за обновлениями.

# A/Б тесты

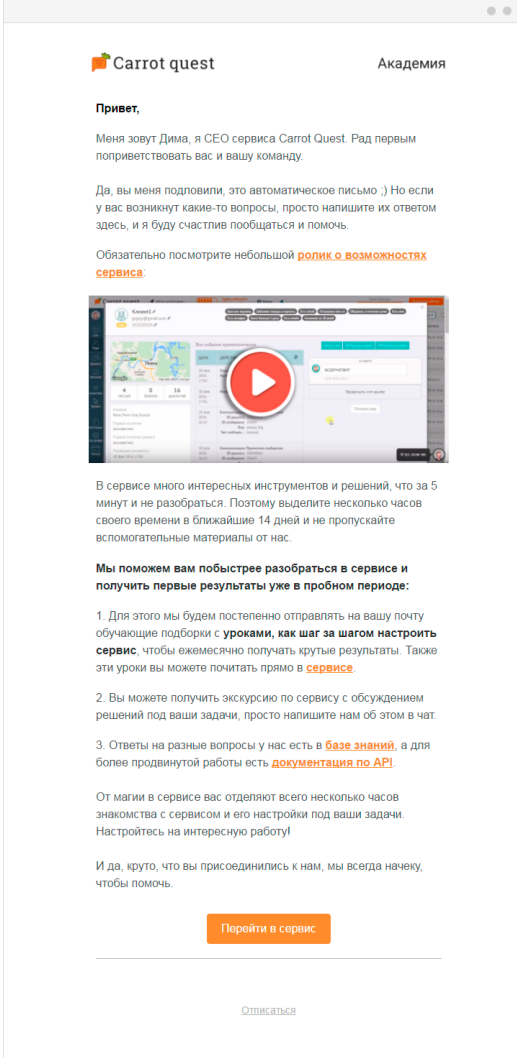
Мы тестируем и улучшаем письма,  
т.к. у каждого письма есть своя цель  
и нам важно постоянно повышать  
конверсию по каждому письму.

# А/Б тест приветственного письма

Задача первого письма: переход пользователя из письма в сервис.

Что лучше сработает? Обычный текст со ссылкой или заметная кнопка «перейти в сервис»?

На следующем слайде покажем элементы АБ теста.



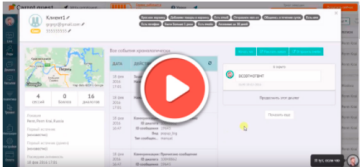
**Carrot quest** Академия

**Привет,**

Меня зовут Дима, я CEO сервиса Carrot Quest. Рад первым поприветствовать вас и вашу команду.

Да, вы меня подловили, это автоматическое письмо :) Но если у вас возникнут какие-то вопросы, просто напишите их ответом здесь, и я буду счастлив пообщаться и помочь.

Обязательно посмотрите небольшой [ролик о возможностях сервиса](#).



В сервисе много интересных инструментов и решений, что за 5 минут и не разобраться. Поэтому выделите несколько часов своего времени в ближайшие 14 дней и не пропустите вспомогательные материалы от нас.

**Мы поможем вам побыстрее разобраться в сервисе и получить первые результаты уже в пробном периоде:**

1. Для этого мы будем постепенно отправлять на вашу почту обучающие подборки с **уроками, как шаг за шагом настроить сервис**, чтобы ежемесячно получать крутые результаты. Также эти уроки вы можете почитать прямо в [сервисе](#).
2. Вы можете получить экскурсию по сервису с обсуждением решений под ваши задачи, просто напишите нам об этом в чат.
3. Ответы на разные вопросы у нас есть в [базе знаний](#), а для более продвинутой работы есть [документация по API](#).

От магии в сервисе вас отделяют всего несколько часов знакомства с сервисом и его настройки под ваши задачи. Настройтесь на интересную работу!

И да, круто, что вы присоединились к нам, мы всегда начеку, чтобы помочь.

[Перейти в сервис](#)

[Отписаться](#)

## Без кнопки вариант А

От магии в сервисе вас отделяют всего несколько часов знакомства с сервисом и его настройки под ваши задачи. Настройтесь на интересную работу!

И да, круто, что вы присоединились к нам, мы всегда начеку, чтобы помочь.

[Перейти в сервис](#)

---



## С кнопкой вариант Б

От магии в сервисе вас отделяют всего несколько часов знакомства с сервисом и его настройки под ваши задачи. Настройтесь на интересную работу!

И да, круто, что вы присоединились к нам, мы всегда начеку, чтобы помочь.

Перейти в сервис

---





# Результаты теста

Вариант Б (с кнопкой) оказался почти в 4 раза эффективнее по цели «переход в сервис».

С вариантом Б (с кнопкой) на сайт перешло 113 человек, а с вариантом А (без кнопки) перешло всего 35.

СТАТИСТИКА ЗА  ДНЕЙ



721

Отправлено ?

324

Прочитали ?

16

Ответили ?

638

Отправлено ?

313

Прочитали ?

6

Ответили ?

35

Перешли по ссылке ?

35

Достигнуто целей ?

—

Полученный доход ?

113

Перешли по ссылке ?

113

Достигнуто целей ?

—

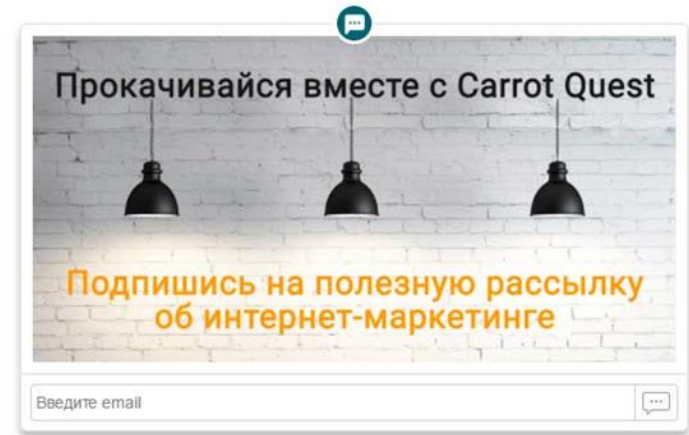
Полученный доход ?

# А/Б тест попапа подписки на рассылку

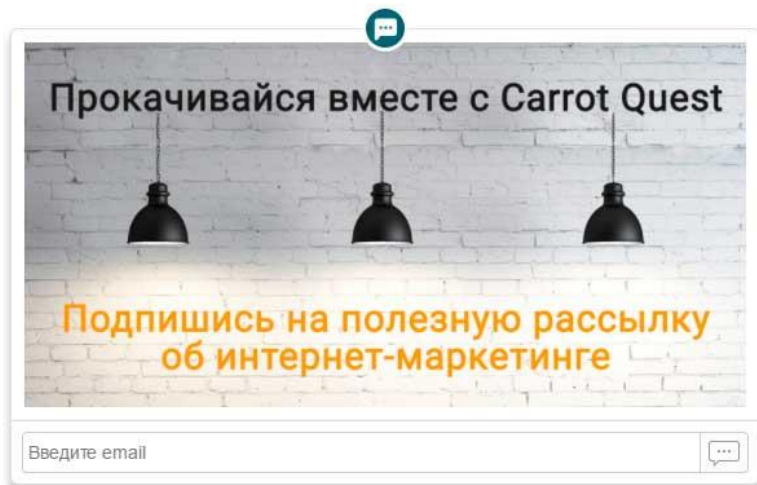
Помимо сравнения контента в письмах, мы сравнивать разные типы коммуникаций.

Например, мы сравнили предложение подписаться в большом попапе и в маленьком попапе.

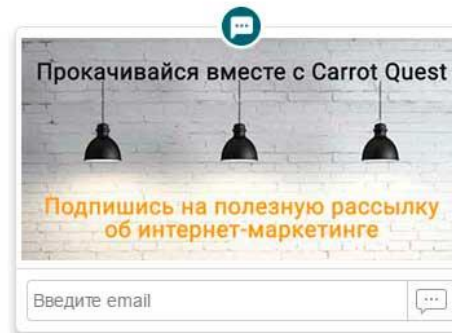
Большой попап оказался эффективнее.



Вариант А



Вариант Б



СТАТИСТИКА ЗА  ДНЕЙ

Вариант А

2786

Отправлено

1867

Прочитали

44

Ответили

—  
Першли по ссылке

—  
Достигнуто целей

—  
Полученный доход

Вариант Б

2394

Отправлено

1511

Прочитали

24

Ответили

—  
Першли по ссылке

—  
Достигнуто целей

—  
Полученный доход

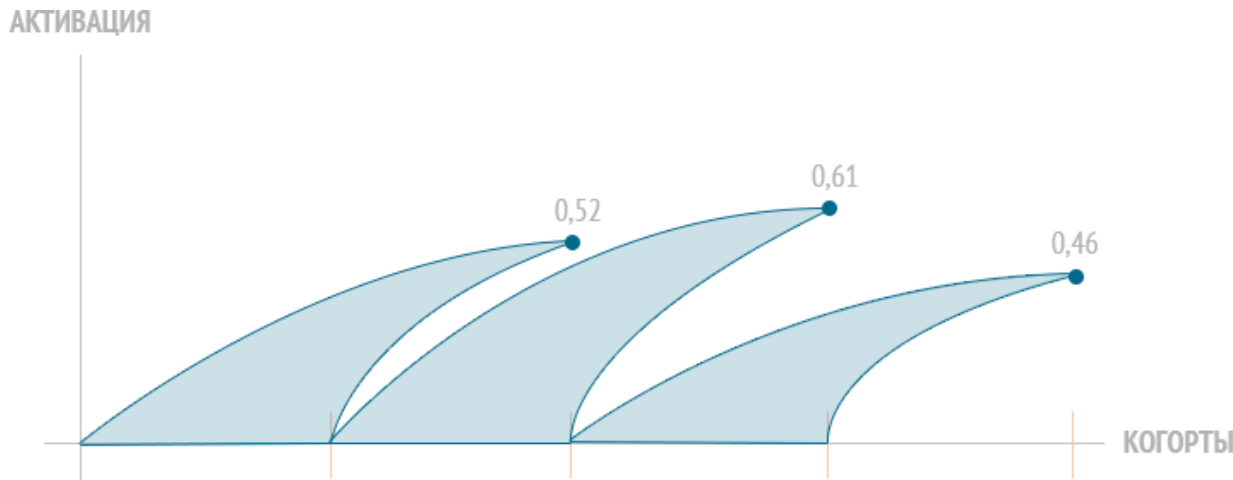
## 2. Обучение и активация

Наша задача активировать пользователя в продукте в течение пробного периода, чтобы он увидел всю ценность, начал ее получать и в итоге оплатил.

# Главная продуктовая метрика – активация

В сервисе мы рассчитываем общую метрику «активация», которая собирается из ряда показателей.

Чем больше клиент использовал возможности сервиса, тем больше его показатель «активации».



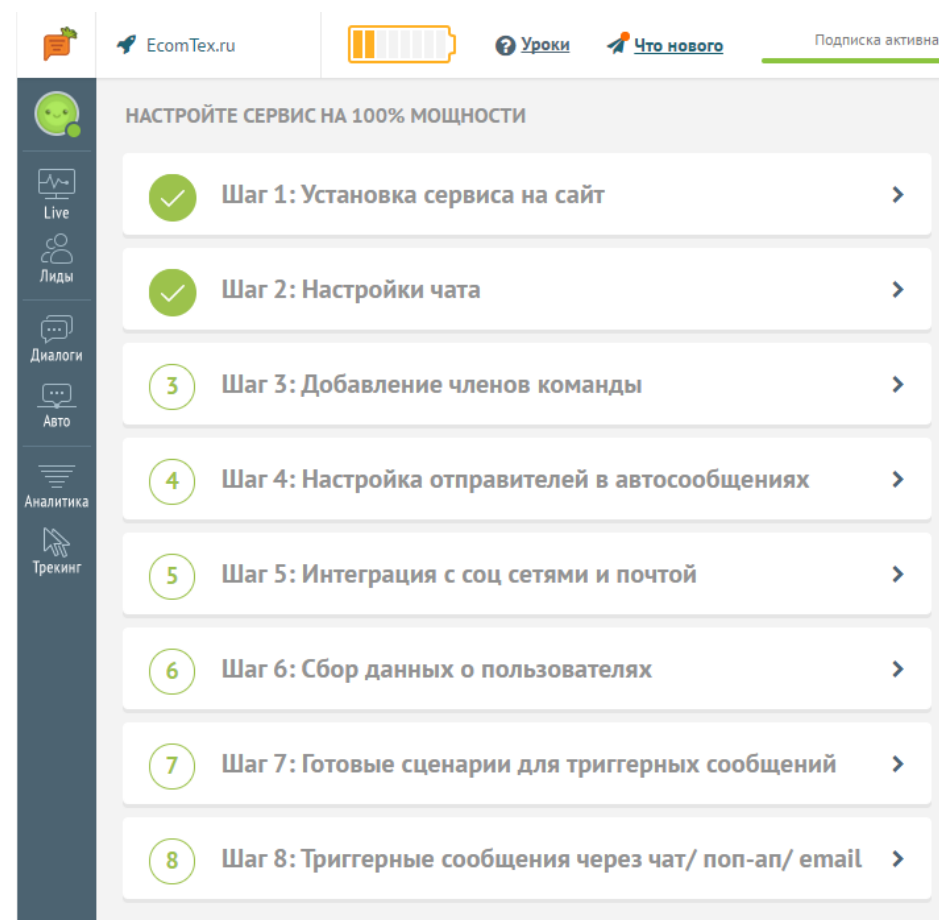
# Обучающая подборка писем

В течение триала пользователь может получить 5 обучающих писем, которые отправляются в зависимости от его действий.

В сервисе есть список шагов, которые мы советуем сделать пользователю. В зависимости от действий по ним пользователь и получает письма из обучающей подборки.

Каждая подборка рассказывает об отдельном инструменте и возможностях в сервисе.

У каждого письма из обучающей подборки есть цель — действие пользователя в сервисе. Мы отслеживаем конверсию именно в эти действия, а не открытия и клики в письме.

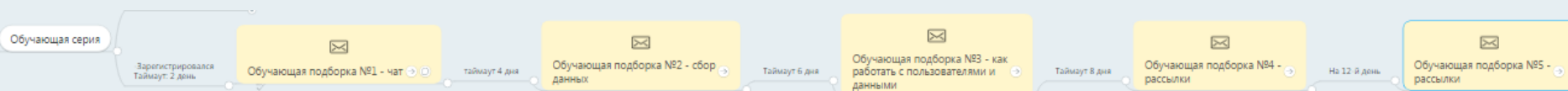


The screenshot shows the EcomTex.ru dashboard. At the top, there is a navigation bar with the logo, a battery level indicator, and links for 'Уроки' (Lessons) and 'Что нового' (What's new). The main content area is titled 'НАСТРОЙТЕ СЕРВИС НА 100% МОЩНОСТИ' (Set up the service to 100% power). Below this title is a list of 8 steps, each with a progress indicator (checkmark or number) and a right-pointing arrow:

- Шаг 1: Установка сервиса на сайт
- Шаг 2: Настройки чата
- Шаг 3: Добавление членов команды
- Шаг 4: Настройка отправителей в автосообщениях
- Шаг 5: Интеграция с соц сетями и почтой
- Шаг 6: Сбор данных о пользователях
- Шаг 7: Готовые сценарии для триггерных сообщений
- Шаг 8: Триггерные сообщения через чат/ поп-ап/ email

A vertical sidebar on the left contains icons for 'Live', 'Лиды' (Leads), 'Диалоги' (Dialogs), 'Авто', 'Аналитика' (Analytics), and 'Трекинг' (Tracking).

# Обучающая серия



В каждой из подборок мы подробно рассказываем о каком-то из инструментов и возможностей сервиса:

Carrot Chat

Carrot Automation

Carrot Lead manager

Carrot Marketing

Подробно разбираем каждый инструмент и даем инструкцию к настройке

[Ссылка на все письма](#)

**Carrot quest** Академия

**Привет,**

Уже успели посмотреть сервис? На первый взгляд "мало что понятно", правда? Обещаем, это ощущение скоро пройдет! Мы будем вам постепенно рассказывать о каждом инструменте и решениях в сервисе.

Всего за 5 обучалок вы станете гуру Carrot Quest и начнете поднимать свои метрики, но все это при одном условии: важно читать все обучающие подборки и применять их в сервисе.

**Начнем**

Сегодня первая подборка "с чего начать работу в сервисе" — поговорим о возможностях для операторов и фишки онлайн-чата Carrot Quest.

**1. Как добавить ваших коллег и операторов в сервис**

**Как добавить ваших коллег и операторов в сервис**

Операторов может быть неограниченное количество

# Синергия с чатом

Когда пользователь переходит из конкретного письма в сервис, в чате запускается автоматическое сообщение с подсказкой, что нужно сделать дальше.

Например, если пользователь переходит из обучающей подборки про «триггерные рассылки», он получит следующее сообщение в чат.

Привет, триггерную рассылку можно настроить в разделе автосообщения.





# Оцениваем эффективность писем в конкретных целях

У каждого активационного письма есть своя цель.

Например, если пользователь прочитал обучающую подборку №4 про триггерные рассылки, то конверсией будет настройка им триггерного сообщения в сервисе.

Под каждое письмо мы настроили такие целевые действия и в сервисе оцениваем их эффективность.

Ниже пример статистики по одному из писем:

Общие данные за период **Цель "Создание триггерной рассылки"** ⓘ

750

Отправлено ⓘ

332

Прочитали ⓘ

1

Ответили ⓘ

187

Перешли по ссылке ⓘ

73

Достигнуто целей ⓘ

—

Полученный доход ⓘ

# 3. Ручные рассылки по сегментам

Мы систематически проводим вебинары и используем ручные рассылки по разным сегментам для привлечения пользователей на вебинары.

Сегменты под каждый вебинар разные:

- активные пользователи;
- не зарегистрированные, лиды;
- ушедшие клиенты;
- пользователи, которые не перешли из триала в платящих
- и др.

Выделяем сегменты пользователей для приглашения на вебинар на основе собранных данных.

Например, фильтруем по активности и посещенным страницам сайта и отправляем письмо.

Carrot quest

Сегменты 266 / 266

Выбор действий: [Написать email](#) [Показать попап](#) [Написать в чат](#) [Добавить тег](#) [Экспорт](#)

Выбранный сегмент: Сегмент удовлетворяет фильтрам  
Всем фильтрам  Любому фильтру

Свойства пользователя (2)

- Email: Определено
- Последняя активность: Меньше чем 40 Дней назад

События пользователя (1)

- Зашел на лендинг страниц...: Определено

ИМЯ	ТЕЛЕФОН	EMAIL	ПОСЛЕДНЯЯ АКТИВНОСТЬ	СЕССИИ
Ди				
Ре				
ме				
Дв				
str				
Ах				
Де				
Ив				
Де				
Му				

Carrot quest

Академия

Привет!

В четверг (29 июня) в 10 утра мы проводим открытый вебинар [Как увеличить постоянные продажи с сайта на 30-50% без увеличения расходов на рекламу.](#)

Расскажем:

- Причины отсутствия роста продаж;
- Покажем узкие места в воронке и их решение;
- Поговорим о стратегии автоматизации продаж и маркетинга (дадим полную методологию);
- Обсудим ценность и возможности коллтрекинга в автоматизации;
- Как выстроить процесс автоматизации в вашей компании;
- Обсудим много примеров и кейсов с цифрами.

Вебинар начнется 29 июня в 10:00 по Москве

[Записывайтесь бесплатно!](#)

Мы привлекаем на вебинар самую **подходящую аудиторию** и можем разбирать более частные случаи, которые актуальны данному сегменту.

Итог: получаем отличные отзывы по вебинарам и активацию в сервисе.



**Тимофей Вавилин**

Полезная и актуальная презентация! За небольшое время много чего интересного узнал о том как увеличить продажи сайта и об использовании CQ, что-то из этого смогу уже внедрить. Спасибо.

От себя еще добавлю что вебинар с демонстрацией экрана зашел бы еще лучше, а то многие моменты пришлось открывать в предоставленном PDF что бы посмотреть.

24 апр в 23:25 [Ответить](#)

♥ 3



**Даниил Маркус**

это рок-н-ролл, детка! 🤪👉

24 апр в 22:05 [Ответить](#)

♥ 2



**Андрей Барышев**

Вебинар волшебный! Это именно то, на что у начинающего предпринимателя нет ни времени ни знаний. Спикер обращает внимание на основные моменты из-за которых бизнес не до получает деньги! Все очень доходчиво, систематично и лаконично. Всем кто не смотрел очень рекомендую, и тем кто смотрел то же будет полезна великолепно сделанная презентация вебинара. Автору огромный респект!

24 апр в 23:49 [Ответить](#)

♥ 3



**Юлия Таран**

Вебинар супер, снова новые возможности! Спасибо 🙌

24 апр в 23:07 [Ответить](#)

♥ 1

# 4. Удерживаем и возвращаем

Вместе с рассылками в команде работают и поп-апы.

Когда клиент отменяет подписку на сервис. Мы показываем всплывающее окно с вопросом «куда же вы и почему...» (если он его не увидел, то отправляем письмо)

Так нам оперативно удастся наладить контакт с уходящими пользователями, решить возникшие проблемы и примерно в 70% случаях вернуть их.

Если удержать не удалось, мы в любом случае знаем причину ухода.



**Иван Спасибо, что использовали сервис.**

Расскажите, почему вы отменили подписку? Мы стремимся стать лучше и нам важно, чтобы клиент был услышан.

Ваш отзыв мы передадим руководству и обязательно учтем в нашей работе.

**Заранее, спасибо!**

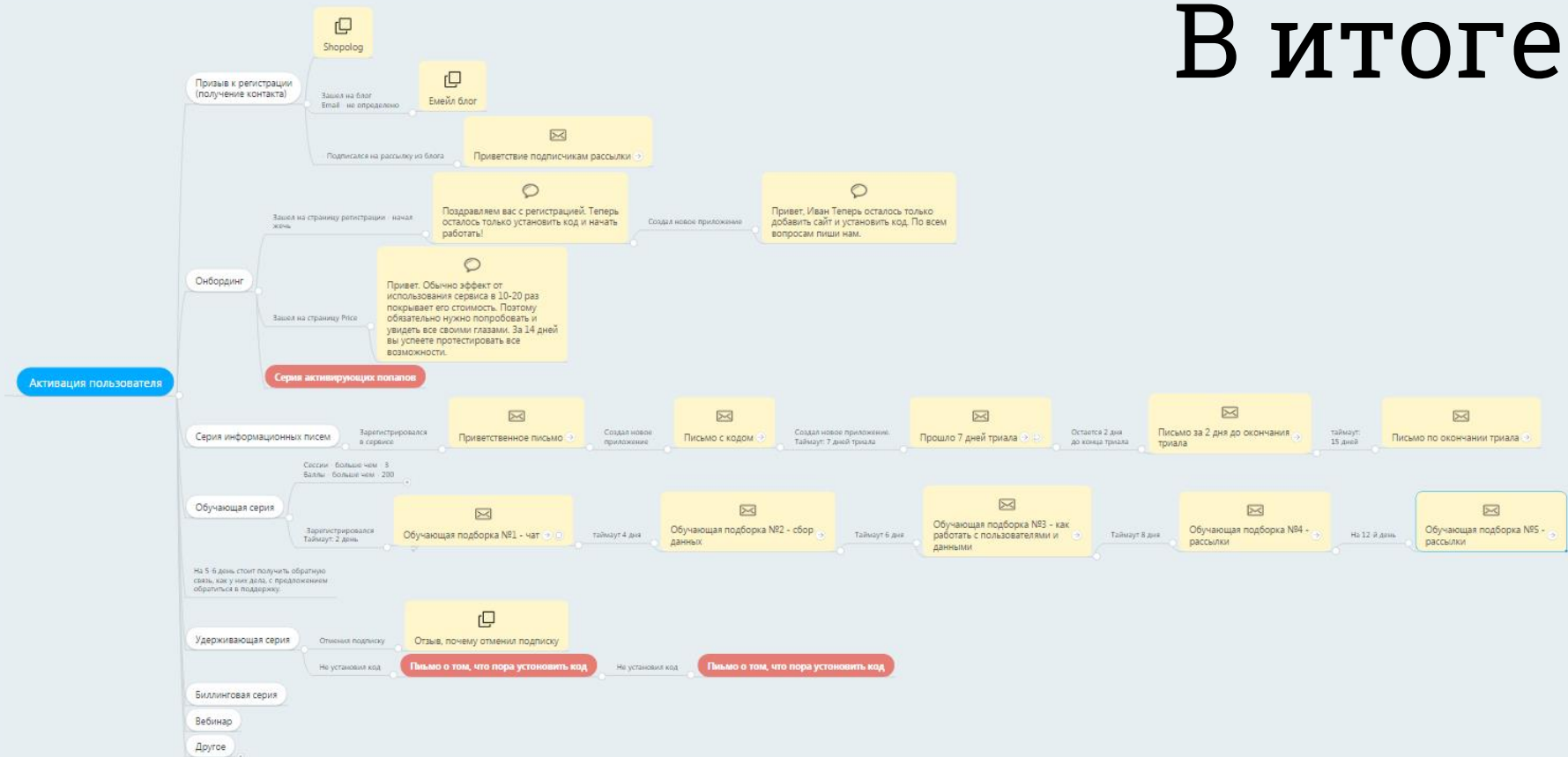
Здравствуйте! С нами связывались из тех поддержки, чтобы взять обратную связь по поводу того почему мы отменили подписку и в итоге мы договорились с Вашим специалистом, что нам помогут сделать некоторые настройки. Но договорились связаться только через 2 недели, но у нас немного поменялась ситуация и мы готовы приступить к этому сейчас. С кем можно связаться по этому вопросу?

16:26 07-07-2017

В мобильном приложении отсутствуют/ не работают уведомления. Для нас это критично.

11:25 06-06-2017

# В итоге



## Карта автоматизации

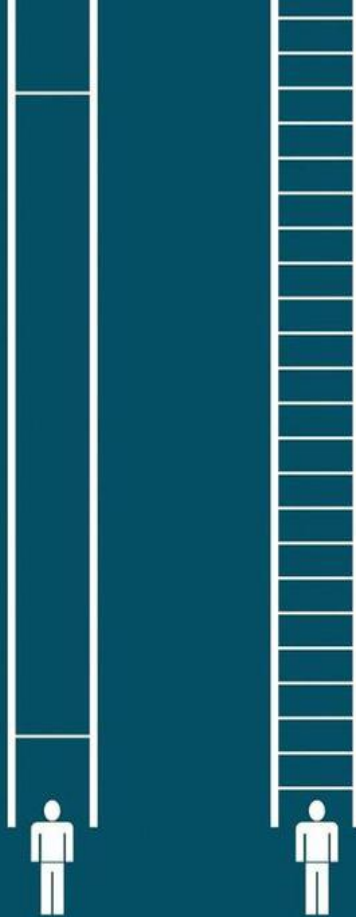
Мы запустили большую карту автоматизации, где кроме перечисленных рассылок в кейсе, работают другие серии писем.

## Влияние на метрики

Реально влияем на метрики. Оцениваем письма по целевым действиям, а не по стандартным метрикам типа открытий и кликов

## Рост эффективности

Данный подход позволяет нам постоянно тестировать новые гипотезы и в итоге стабильно увеличивать показатели



[www.carrotquest.io/cases/](http://www.carrotquest.io/cases/)

Еще больше кейсов тут