

Секреты Успешных Блогов

Занятие 7



Почтовые Рассылки

О чем поговорим сегодня

- **Что такое почтовая рассылка**
- **Параметры и типы почтовой рассылки**
- **Исследование возможных партнеров**
- **Что публиковать в рассылке**
- **Автоматическая серия писем**
- **Типы писем и их оформление**
- **Сервисы рассылок**
- **Подписчики, негатив и отписки**

Почтовая рассылка

- **ЭТО** Периодическое издание в электронном виде - журнал или газета в рамках Интернета
- Это **основа бизнеса в интернет.**
- Собрать ЦА вокруг своего проекта
- Доносить информацию сразу
- Получать обратную связь от подписчиков и использовать ее для решения проблем ЦА
- Проводить маркетинговые исследования: опросы, чтоб использовать их при создании коммерческих предложений и бесплатностей. ОС позволяет создать то, что будет продаваться (большинство создают продукт не под аудиторию, а то что самим интересно).

Найди потребность и удовлетвори ее!

- Информировать подписчиков об обновлениях сайта или блога, о новом платном или бесплатном материале.
- Это база потенциальных клиентов. Подписываются те, кому интересно.
- Увеличить продажи товаров и услуг за счет постоянного контакта с ЦА. (5-7 контактов).
- Создавать и продвигать собственный бренд или имя.



Почтовая рассылка

- **Составляющие Почтовой рассылки**
- **список подписчиков** (База, лист) - те, кто **самостоятельно** подписались, добровольно. Ввели в подписную форму свои данные и сами подтвердили подписку. Список адресов, которые мы ввели или купили - это не список подписчиков, это спам.
- **выпуск ПР** с полезной информацией. **Качественная информацию, которая решает проблемы подписчика.**
- **инструмент ПР** - это программное обеспечение, сервис или настольное приложение.
- **Цель почтовой рассылки (ответьте на вопросы)**
- Зачем мне вести почтовую рассылку?
- Какие цели я буду при этом преследовать?
- Как это может повлиять на мой бизнес?



Почтовая рассылка

- **Портрет идеального подписчика.**

- Пол
- Страна проживания
- Возраст
- Семейное положение.
- Социальный статус.
- Образование.
- Уровень дохода.

- **ПРОБЛЕМЫ**

- Какие потребности испытывают ЦА. Они хотят получить ответы на вопросы и решить свои проблемы.
- Записать все проблемы ЦА. Чем больше проблем - тем проще вести ПР и составить грамотное название и описание.
- Какие выгоды получит подписчик от подписки на нашу ПР.
- **ФИШКА** - вам нужно решить какую-то проблему
- часто ЦА очень похожа на автора, это нормально
- У ЦА могут быть те же проблемы, что у вас



Параметры Почтовой рассылки

- **Название**
 - суть рассылки, заголовок. До 200 символов.
- **Описание рассылки**
 - 1000 символов
 - О чем будет идти речь и преимущества подписчика. Это мини-реклама. Привлекать, ценность, мотивировать подписаться. Понятное, привлекает.
- Без терминов в названии и описании не применять.
- **Как делать**
 - Выписать ключи
 - Мозговой штурм
 - Проверить опросом - цепляет ли, Подписались бы?
- **Текст или ХТМЛ**
 - Текст
 - Похоже на личное, Лучше обходит спам
 - ХТМЛ
 - Красиво, Картинки, шаблон
 - Спросите у ЦА



Параметры Почтовой рассылки

- **Время выхода**

- Дни недели : Дни с понедельника по четверг. Пятница (после обеда) - рискованно. Нежелательно суббота и воскресенье
- Время выхода: с 8 до 16 часов (кто-то на работе, смотрят почту и успеют в банк зайти);

16-23 часть подписного листа будет потеряна - просто отдыхают.

- Ночью нет смысла рассылать - тогда письмо потеряется среди спама или других писем.
- **Периодичность** зависит от
- типа почтовой рассылки: новости - часто, просто информация – реже
- опыта и мастерства владельца ПР
- динамики изменения рыночной ниши. Чем больше изменений - тем чаще выпуски рассылки (курсы валют в банке - каждый день)
- технических возможностей создания рассылки
- скорости потребления информации подписчиками .
Чем меньше информации - тем чаще выпуски.
- наличие контента и скорость его создания
- Оптимально для начинающих - раз в неделю
- Если релиз - то можно и 2-3 раза в неделю напомнить о себе - это продажа.
Могут отписываться!



Типы Почтовой рассылки

• Периодическая

- Письма с полезной информацией с ранее выбранной периодичностью.
- новости, новости сайта, курсы валют,
- ссылки на статьи, статьи,
- обзоры сайтов, событий, книг, продуктов, программ, сервисов
- ответы на вопросы

• Автоматическая серия писем

- Несколько писем после подписки на рассылку с заданной периодичностью
- Цель - Решить проблему, обучить, ответить
- Особенность - растяжение по времени. 5-12 писем
- Ограниченность в получении информации - в письме только кусочек информации
- Принцип получил-прочитал-сделал

• Особенности!

- Это заранее и однажды подготовленная информация
- Продумать схему рассылки серии писем серии.
- Отталкиваться от скорости усвоения информации подписчиком и выполнения ДЗ.
- Если просто информация - можно раз в день.
- Если нужно выполнять ДЗ (курс какой-то) через промежуток времени.
- Можно письма с информацией каждый день, а с ДЗ - раз в 3 дня.
- Составить график.

• На самом деле - нечто среднее

- Поздравляем, вы подписались на информационный курс, и вы автоматически подписаны на новости нашего проекта, и раз в неделю будете получать информационное письмо с новостями нашего проекта.



Исследование Почтовых рассылок

- Цель - **Составляем список рассылок в вашей нише**
- автор, название, описание
- периодичность и формат (текст, XHTML)
- Структура размещения информации в ПР (статья целиком, ссылки на сайт, и так, и так)
- Количество подписчиков и инструмент (сервис)
- Ведется ли архив и есть ли ссылка на архив.
- Где деньги в почтовой рассылке? (Продажа своих товаров и услуг, заработок на рекламе)
- Какие материалы в рассылке – Авторские или сторонних авторов
- **Подписываемся!** Это не конкуренты, а будущие партнеры
- **Анализ**
- 1-2- месяца
- Вопросы для анализа
- Чем ПР отличается от других
- Что я могу использовать в своей ПР
- Чем зацепила эта ПР - изюминка.
- Что мне в ней не нравится - это позволит проанализировать ошибки и не делать их.



Что публиковать в рассылке

- **Поздравление** подписчиков с Праздниками. Особенно если акции под праздники.
- **Авторские статьи** – на сайт и в рассылку.
- **Горячие темы** своего блога. Особенно если много обсуждений и комментариев - их станет еще больше.
- **ПРИЗЫВ:** Обсудить эту тему можно на блоге.
- **Интервью.** Отличный источник контента. Нынче модно! (Не навреди! Бывают пустые и тупые).
- **Как взять интервью**
 - 1 - определяем профессионала
 - 2 - определяем тематику интервью
 - 3 - список вопросов
 - 4 - согласие от специалиста, формат интервью и спрашиваем!
 - 5 - публикуем в почтовой рассылке.
- **Фишка** - Общественный путь интервью.
- Чтоб получить ответы - опубликовать сообщение с просьбой: Хочу подготовить для вас серию интервью, ответьте, пожалуйста на вопросы:
 - 1 - кого вы считаете профессионалом в ... и кому вы хотели бы задать вопросы
 - 2 - Какая тема в области... вас больше всего интересует
 - 3 - какие бы вы задали вопросы профессионалу при личной встрече в первую очередь?

Что публиковать в рассылке

- **Отзывы** о продуктах, сервисах, услугах. Статьи, аудио, видео.
- Личное мнение. Интересно, человеческим языком без умничанья, показать решение проблемы.
 - 1 – название - можно предложение из текста отзыва...главное - зацепить, или свое название
 - 2 - данные о том, кто написал отзыв (ФИО, мейл и ссылка на сайт (в конце отзыва))
 - 3 - ссылка на продукт или сервис
 - 4 – собственно, отзыв.
 - 5 – P.S. - ссылка на продукт (еще раз). Узнать больше или получить книгу ...
- Можно отправлять читателя на сайт - интригой - хочешь узнать, о чем речь - тебе туда)))
- **Обзоры.** Все преимущества и недостатки.
 1. Должны пересекаться с темой почтовой рассылки
 2. Обзор о том, что заинтересовало лично вас. Личный опыт - качественный обзор.
- **Сервисы и продукты**
 - 1 - только собственное мнение, при чем объективно. С точки зрения покупателя!!!
 - 2 - какие проблемы решает продукт или сервис и насколько успешно
 - 3 - плюсы и минусы, хорошо ли решает задачу, с какими проблемами столкнулись.
- **Книги**
 - 1 - автор
 - 2 – почему обратили внимание
 - 3 – что нашли полезного
 - 4 - что применили на практике и как это получилось
 - 5 - каковы сильные стороны книги
 - 6 - каковы слабые стороны книги
- Можете зарабатывать с обзора - выбирайте книги, которые продаются в интернет-магазинах, на азон-ру – регистрируетесь в партнерке.



Что публиковать в рассылке

- **Журнал** - и опыт, и советы, и новости.... Рубрики
- **Рубрика «Совет недели».**
 - Один, но очень полезный совет - качественный и полезный, который нравится лично.
 - сами советуете (которые мы применяли и они классные - помогает)
 - можно обратиться к подписчикам: Писать в конце письма предложение присылать советы (Бонус для тех, кто пришлет совет (упомянуть в письме)
- **Рубрика «Обмен опытом»**
- «5 ссылок на полезные ресурсы в интернет» (вы нашли или вам прислали)
- «7 статей о...»
- ссылки на скачивание бесплатных электронных книг
- **Это все построено на взаимодействии с ЦА**
- **Публикация статей зарубежных авторов** с правом публикации перевода. (связались с автором и просим разрешения на перевод) Берестнев!
- Проще - приобретать статьи по тематике с полными правами ПЛР (PLR) права. Продаются по 50-150-200 статей и больше, объем статей в пакете от 500 до 1000 символов
- *Опасность: кто-то еще может приобрести эти же статьи - умников много и статьи будут одинаковые!!!! Только разные авторы))))*
- Оптимально - рерайтить!!! Свое название. Свой авторский стиль. Примеры из своего опыта, свои рассуждения по рассматриваемому вопросу. Это уже основа для авторских статей.
- **Публикация книг**
- Можно публиковать последовательно - глава за главой.
- свои или чужие (связаться с автором, разрешение, рассказать как ему выгодно)

Что публиковать в рассылке

- **Аудиоподкасты** - статьи, ответы, консультации, книги и т.д. Момент - аудиоподкасты - можно сделать легко, имея собственные статьи. Завел раздел - заходи, скачивай, слушай во время движения.
- **Каст**
- **Вводная часть**
- Кто мы (представляемся), тема подкаста, выгоды от прослушивания материала.
- Здравствуйте, дорогие друзья! С вами Ирина Першина и добро пожаловать в аудиоподкаст о том, как правильно вывести мужа из равновесия. Сегодня я расскажу вам...
- **Содержательная часть. Основная тема.**
- **Заключение.** Автор прощается и желает всего самого лучшего.
- Итак, вы узнали о том, как правильно использовать женскую логику... пишите на эл. Адрес, заходите на сайт...
- **ПОДГОТОВИТЬ МАТЕРИАЛ!!!! ПЛАН ПРОВЕДЕНИЯ!!! Записывать СТОЯ!!!!**
- *Подробности у Кургузскина или еще где - валом в сети*
- Закачать подкаст.
- Подробное описание подкаста.
- В виде статьи : название, данные автора, описание (5-7 выгод от прослушивания), авторский блок.



Что публиковать в рассылке

- **Видеоуроки.**
- Текст в виде слайд-шоу. Статьи, уроки, ответы на вопросы. Консультации, интервью и живое видео.
- Видео - 10-15 минут!!!
- Обучающий курс - 15-20 минут урок.
- Размер 640x480 и частота 30 кадров/сек.
- Живое видео - Азамат Ушанов как образец.
- Положить аудио на презентацию – очень просто, а контент уникальный. (Камтазия, Виндовз Муви Мейкер)

- **ФИШКА** : Календарь событий
(свои и/или партнерские тренинги, вебинары, **свой контент-план статей для блога!!!**
праздники и знаменательные даты – можно и свой ДР или день свадьбы и приурочить к этому акцию)
- **Календарь событий** – это письма не из серии, это дата на календаре, а не количество дней от момента подписки.



Автоматическая серия писем

- **Делаем бесплатный электронный курс** - решаем проблему подписчика.
- Загружаем серию писем
- Делаем подписную страницу
- Особенность информации - цельность - должна давать полную информацию по рассматриваемому вопросу от простого к сложному. Дозировано. Ценность. Чтоб подписчик мог применить знания на практике, решить проблему и т.д.
- **ПОШАГОВЫЙ АЛГОРИТМ:**
 1. Выбор темы курса – проблема!
 - берем 10 проблем, подробно описываем, выбираем самую важную. Критерий - обсуждают на форумах и в блогах (поставьте себя на место юзера).
 2. На основании проблемы - НАЗВАНИЕ серии писем.
 3. Привязка к продукту (свой или партнерский)
 - Какую проблему он решает, это базовая проблема в нашем курсе.
 4. Привязка к статьям, которые есть на эту тему. (МайндВелли)
 5. Определить периодичность рассылки: 1 - после подписки, 2 - на следующий день и далее ...
 - Если нет ДЗ то можно и каждый день, можно через день.
 - Если есть ДЗ - 2 или 3 дня, но не более 4-х дней.
- **Фишка:** Дублировать статьи можно!!! Это встречается даже в платных курсах... Приведите больше примеров, сделайте рерайт своей статьи, историю из жизни.

Автоматическая серия писем

- **что еще** (все делают!)
- **Взять текстовую информацию**, сделать по ней интеллект-карту, добавить домашнее задание, добавить рабочую тетрадь = совершенно новый вид контента!
- **Текст - в аудио!** (Прочитать свою или чужую статью)
- Сервисы для хранения и воспроизведения аудио: <http://podfm.ru>, <http://podcast.li.ru/> , <http://rpod.ru/> <http://file.qip.ru/account/>
- **Сделать видео!**
- Видеохостинги: <http://www.youtube.com/>, <http://video.mail.ru/>, <http://video.yandex.ru>
- Аудио-видео уроки до 10 минут!
- Желательно предоставлять транскрибацию
- **Делайте сюрпризы**
- Только для моих подписчиков!!!



Автоматическая серия писем

- **Как продолжить серию**
- **Добавляйте в серию новые статьи**, особенно если на них был хороший отзыв!
- **Проводите опросы!** (у вас будет ОС и не потеряете контакт с аудиторией)
- Когда подписчиков больше 1000 - провести опрос, чтоб узнать предпочтения аудитории
- Давайте не только полезную, но и развлекательную и вдохновляющую информацию.
- **Приглашайте в социальные сети**
- Можно использовать смеси: аудио-видео и текста
- 2 рассылки текста - аудио
- 2 рассылки текста - видео
- Видео - текст – аудио
- **Продавайте в рассылке!**
- Именно для этого она и создавалась!
- **Составьте контент-план рассылки**
- По дням после подписки распределите, что слать
- 100 дней!!!



Информация в письме

- **Требования к статье**

- Не более 3-5 тысяч символов. Иначе делить на части.
- На западе принято - статьи объемом 300-500 символов.
- Часто 500 символов – маловато для раскрытия темы, и статья растет до 3-5 т.
- Конечно, статья без ошибок. Грамматических и орфографических.

- **Как слать**

- **все информация (статья) в письме**

- + Письмо попадает в ящик подписчика и ему не нужно делать ничего чтоб прочесть весь
- + % читаемости увеличивается
- + Выше конверсия от рекламы в таких выпусках, более долгоиграющая - пользователь может просматривать.
- + Просто складировать выпуски почтовой рассылки (подписчиками - папки у них)
- - Письмо длинное и тяжелое, особенно в HTML. Нет аудио и видео.
- - Для ответной реакции нужно давать ссылку
- - Это не похоже на личное письмо.

- **Основная информация на сайте - в письме ссылка**

- + на сайте много еще информации –почитают, и это трафик
- + получаем дополнительную прибыль от блоков контекстной рекламы
- *публиковать 3-4 выгоды, почему нужно перейти, ставить 2 ссылки в письме*
- - Мало людей реагируют на письма. Подписчик не всегда хочет переходить на сайт - его необходимо мотивировать на это: показать выгоду от того, что подписчик кликнет и перейдет на сайт.

- **Комбинированный прием**

Форматирование письма

- **Текст**

- Не используйте встроенный редактор сервиса почтовой рассылки! (крайний случай)
Информация в текстовом окне - не видно общий дизайн письма, нет проверки ошибок, нет сохранения письма вне ресурса.
- Строка 60-70 символов.... Чтоб у подписчика нормально выглядело, иначе текст исказится!
- (автоформатирование строки для платного режима - 67 символов в строке)
- Еще особенность - пробелы для отступа! (не табуляция!)
- При наборе текста - моношрифт (размер всех символов одинаковый) курсор нью 10
- Все ссылки письма начинать с http: тогда все ссылки кликабельны
- Разделять абзацы пустой строкой ради читабельности (у сплошного текста падает в десятки раз). Большие абзацы делить!
- Простые разделители между блоками информации (тире, подчеркивания и др.)
- Абзац - 5-6 строк, не более...
- Отослать тестовое письмо и посмотреть. (на проблемный ящик - мейл-ру, например)
- **Особенности HTML**
- Создайте текст рассылки в текстовом формате.
- Перенесите текста в шаблон почтовой рассылки. Доведите до нужного вида письма.
- + Один раз придумать шаблон и переносить каждый раз блоки информации
- При оформлении писем прямые шрифты (ариал, вердана - без засечек)
- Ссылки активные и чтоб открывались в новом окне, иначе читатель уйдет и вообще забудет о вашем письме.
- Главное - не переусердствовать с оформлением!

Структура письма



- **Тема письма**

- Персонализация - обращение по имени повышает открываемость
- Заголовок короткий и емкий. Не более 60 символов.
- Что следует ожидать человеку в письме? Интригу.

- **Письма для автоматической серии писем**

- Название курса и номер урока, выпуска и проч.

- **Темы писем в периодической почтовой рассылке**

- Имя, убойный текст: вопрос подписчику, обратиться к его эмоциям, что-то показать.
- Все ваши навыки копирайтинга по составлению коротких и эффективных заголовков.
- Ваш **УДАРНЫЙ ФАЙЛ**
 - читаем СПАМ

- **Информация в теле письма**

- 1 - шапка рассылки (название, номер выпуска, дата выпуска, Имя фамилия издателя, сообщение что это не спам и сообщение что можно отписаться)
- 2 - оглавление - список информации, опубликованной в рассылке
- 3 - материалы (которые были озвучены в оглавлении)
- Между статьями или разделами может быть рекламный блок. (текст до 300 символов)
- **Информация на сайте - в письме ссылка**
 - Остается вступление таким же
 - Дополнительный раздел- приглашение перейти на страницу сайта. Продажа перехода!

Структура письма

- **Авторский блок**
- Копирайт, фамилия имя,
- Сообщение для пересылки друзьям.(если понравилось - перешли)
- Файл сигнатуры - информация, при помощи которой подписчики могут обратиться к автору. ФИО, почта, телефон, Скайп, сайт и т.д.
- Ссылки на социальные сети
- Отписка (сервис автоматически генерирует)
- Иногда некоторые элементы опускаются.
- **P.S.**
- 3-4 предложения рекламы
- можно продвигать свои или партнерские продукты
- **Фишки**
- Если не знаете, как начать вступление - его можно писать последним!
- Заключение. Перейдите сюда или хотите больше - это тут. Здесь можно оставить комментарии. Иногда заключение 2-3 абзаца.
- Авторский блок должен быть **ОЧЕНЬ КАЧЕСТВЕННЫМ!**
- Это и есть по сути речь в лифте. Ваш слоган в блоке.
- Особенность - желательно для разных статей – разные авторские блоки!



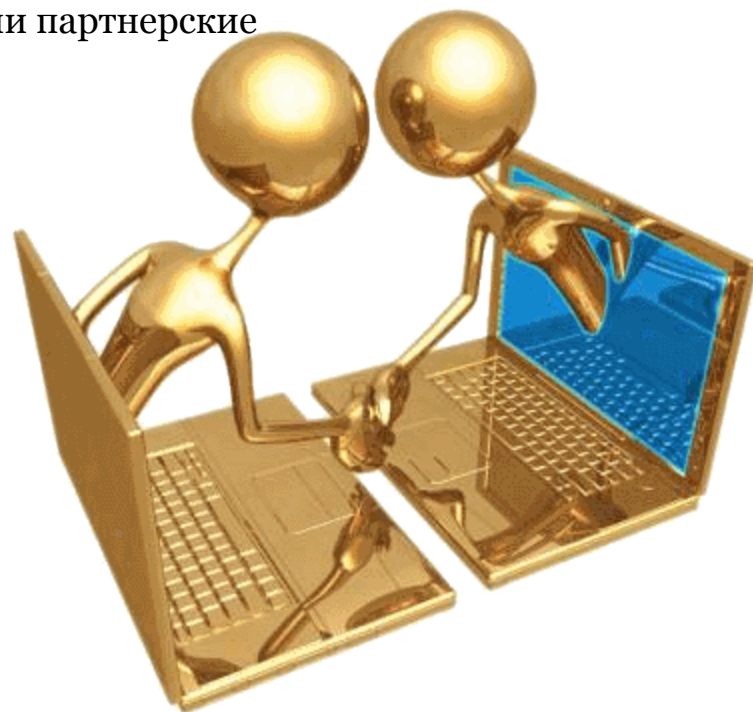
Смартреспондер и Гетреспонс

- **Моя партнерская ссылка на Смартреспондер:** <http://smartresponder.ru/?marjari>
- Аккаунты: Бесплатно (чужая реклама, меньше возможностей) Бронза – для начала
- Как работать - у них есть отличное видео!
- **Моя партнерская ссылка на Гетреспонс:** <http://gr8.com/pr/fGyq>
- Сейчас этот сервис уже на русском языке, все подробно описано
- **Размещение подписной формы:**
- В попапе (Pop Up) – всплывающее окно. Поисковики не любят, особенно Гугл.
- На всех страницах в сайдбаре (столбец слева или справа) банер (картинка - .gif – с анимацией) со ссылкой на страницу с формой подписки (приземляющая, захвата – синонимы!)
- Отдельно страницу подписки. ЭТО ПРОДАЮЩАЯ СТРАНИЦА! Более продающая!!!
- Ссылаться на страницу с подпиской в своих статьях, в файлах подпись
- На странице фейсбука
- На странице сообщества - описание группы
- В контактах везде адрес подписной страницы
- В файлах подписи на форуме.



Подписчики и ругатели

- **Подписался - спасибо!**
- **Отдельная страница, куда переходит подписчик после подтверждения подписки**
- Продажа со скидкой
- Дополнительный бонус за 3-5 подписчиков (нужен скрипт или плагин!) увеличение подписного листа
- Советы
- Сюрприз!!! – что-то очень классное, просто так. Доверие и расположение.
- Ссылка на бесплатность (которая не была объявлена при подписке)
- Реклама. «Это может быть интересно...» свои или партнерские
- Формочка партнера
- Форма на другой свой курс
- **Страница смартреспондера**
- **Ругательства**
- Если вас ругают – это хорошо!
- Ругательства ради ругани - не отвечать!
- Письма - удалять! Чтоб больше не мозолили глаза.
- Удалять их из подписного списка.
- Они должны быть!
- Или вы что-то не так делаете! Совсем никак...



ОТПИСКИ

- **Техническая чистка осуществляется сервисом, автоматически.**
- **Человек отписывается сам**
- Изменились обстоятельства и уже не интересно
- Одинаковая информация в разных рассылках
- Часты выпуски рассылки 3-4 раза в неделю без полезного контента
- Постоянное повторение ранее опубликованного материала
- Личное неприятие к автору почтовой рассылки (редко, но бывает), неудачный опыт общения или приобретения продукта
- Информация не приносит реальной пользы. Просто информация ни о чем.
- Слишком агрессивная продажа товаров и услуг. Тренинги и вебинары.
- Общение с подписчиками не на его языке. Жаргон, превосходство. Общение д.б. на равных и на его языке. **Общаться с Аватаром.**
- Информация, опубликованная в подписке, не затрагивает проблем подписчиков. Это при публикации информации лишь бы было, автор решает свои проблемы или реклама.
- Нет авторской информации. Подписчик любит личность автора.
- Пики отписок - день выхода и день после выхода письма.
- **Задача - узнать причину отписки у бывшего подписчика.**
- После отписки переадресовать подписчика на специальную страницу с опросом, почему он это сделал.

Домашнее Задание

- **Работать в Троицах!!!**

- **Цель**

- В файле табличка

- **Смартреспондер или Гетреспос**

- завести аккаунт, если еще нет

- **Название и описание рассылки**

- Вы можете исходить из своего сериала

- **Исследование партнеров**

- Табличка в файле для одной рассылки. Аналогично делать еще. Штук 5...

- **Определить тип, вид, время**

- Если есть сериал и уже публикуется - ссылки на статьи

- **Составить календарь рассылки и событий**

- **Составьте контент-план рассылки**

- Писать вопросы в скайп-чат группы или в ФБ!

- Написать 2 статьи (**статья = подарочек**)

Опубликовать, похвастаться в ФБ, похвалить и поздравить себя

Все-все-все делать с удовольствием!

НАСЛАЖДАЙТЕСЬ!

Спасибо За Внимание



С любовью, Вебмастер и Коуч Ирина Першина

<http://marjari.com.ua>

Я на ФейсБуке <http://www.facebook.com/kicaca>

Группа вКонтакте http://vk.com/sekrety_ushpeshnykh_blogov

Я в Твиттере <https://twitter.com/IPershyna>