

РАССЫЛКА СООБЩЕНИЙ В СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ «ВКОНТАКТЕ» КАК ДОПОЛНЕНИЕ EMAIL-МАРКЕТИНГА

Гаязова А.Ф., студент гр. ПИБ-141, IV курс
Научный руководитель: Рейзенбук К.Э., старший преподаватель
Кузбасский государственный технический университет имени Т.Ф. Горбачева
г. Кемерово

Email-маркетинг – инструмент интернет продвижения, позволяющий компании лично обращаться к потенциальному потребителю через электронную почту, если потребитель дает на это согласие.

Да, email-маркетинг довольно эффективный инструмент, но не все люди пользуются электронной почтой. Многие годами не читают письма, а для общения используют социальные сети.

Для того, чтобы охватить как можно большую аудиторию и увеличить показатели эффективности рассылок, можно в добавок к email-рассылкам начать рассылать сообщения и в социальной сети «Вконтакте». Этапы реализации будут такими же, как в email-маркетинге, только вместо сбора адресов электронной почты необходимо будет собирать id пользователей социальной сети.

Рассмотрим подробнее этапы реализации рассылки сообщений «Вконтакте».

1. Определение целевой аудитории. Определяем ее интересы и потребности.
2. Получение id каждого потенциального клиента, формирование базы. Собрать базу можно несколькими способами:
 - a. Выложить запись в группу «Вконтакте» с указанием ссылки на подписку на рассылку сообщений.
 - b. Сделать рекламную запись «Вконтакте» с указанием ссылки на подписку.
 - c. Прикрепить форму подписки на сайте (рис. 1).
 - d. Использовать все выше сказанное.

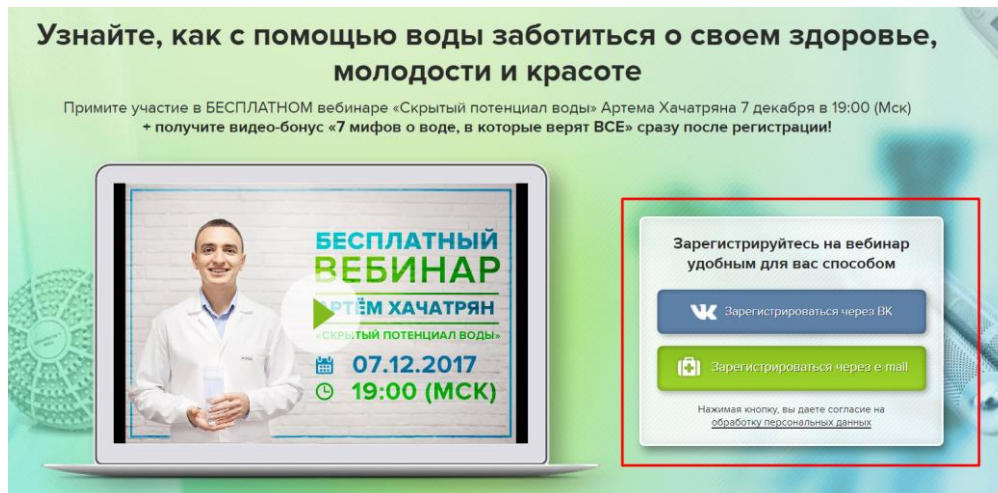


Рисунок 1. Пример формы сбора id пользователей на сайте

3. Написание текста письма с учетом особенностей целевой аудитории. В конце письма – добавление призыва к действию. Подбор изображений, добавление ссылки на сайт/группу/страницу и ссылки для отписки от рассылки (рис.2).

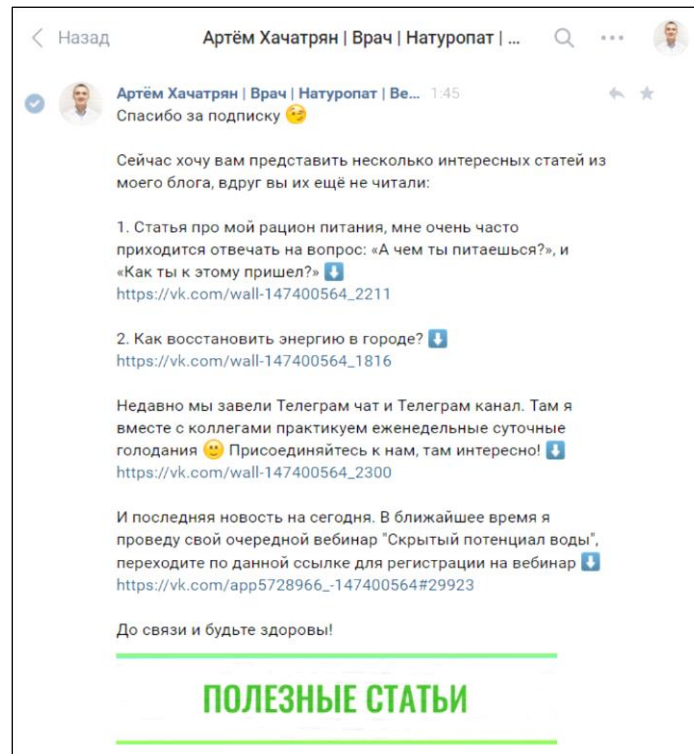


Рисунок 2. Пример письма для рассылки

4. Отправление писем. Осуществляется специальными приложениями «Вконтакте» (Для примера используется приложение «Гамаюн»):
- Создаем тему для подписки.
 - Создаем рассылку, для этого выбираем базу, по которой будут рассылаться сообщения, вставляем текст сообщения, прикрепляем картинку/аудиозапись/видео/документ (рис. 3).
 - Отправляем рассылку.

Если в email-маркетинге потенциальные клиенты получают электронное письмо от компании, то в данном случае клиент получает от компании личное сообщение в социальной сети «Вконтакте». Это делает компанию еще ближе к клиентам. Клиенты становятся более лояльными, больше доверяют компании и могут задавать свои вопросы, не звоня и не отправляя электронных писем, а прямо в социальной сети.

Рассылка в социальной сети "Вконтакте" не может заменить email-маркетинг, но совмещая эти инструменты, эффективность рекламной кампании увеличится.

Темы Создать рассылку История рассылок Цепочки сообщений Настройки Виджеты

Выберите темы, подписчики которых получат сообщение. Настройте фильтры отправки. Вы можете разослать сообщение мгновенно или назначить отправку на любую дату и время (Мск).

Рассылку получат 752 пользователя

Участвуйте в Новогодней распродаже 2... x

Исключить тему

Сообщение: Доступно 3117 символов

Друзья, в прошлом сообщении я выслал вам список людей, участвующих в розыгрыше. Если вы не нашли в нем себя, не переживайте, мы обновим список в понедельник 😊

Если вы ещё не стали участником розыгрыша новогодних подарков, у вас ещё есть возможность сделать это до 26 декабря 🙌

Покупайте Ионизаторы со скидками до 40% и получайте возможность выиграть

Имя Фамилия Uid Город Страна

Дата и время: []

Создать рассылку

Рисунок 3. Пример создания рассылки

Список литературы:

1. Что такое Email-маркетинг — задачи, виды и методы + способы оценки эффективности // kakzarabativat.ru URL: <http://kakzarabativat.ru/marketing/email-marketing/> (дата обращения: 07.02.2018)