

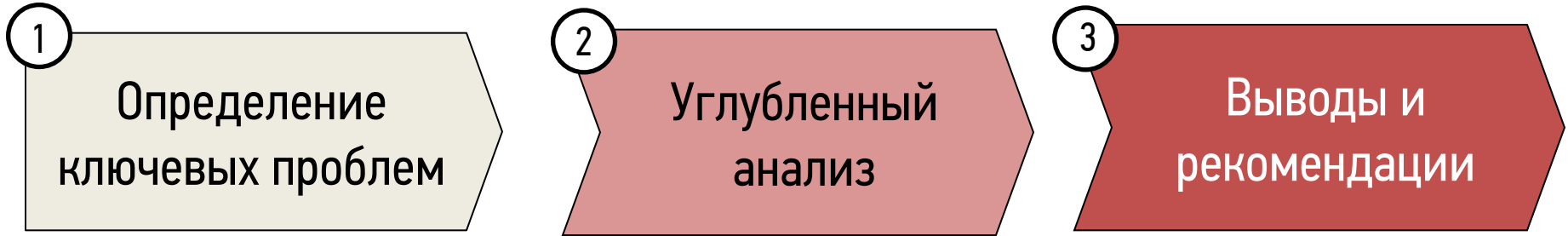


ВЫЯВЛЕНИЕ ПРОБЛЕМ С РАССЫЛКОЙ И ИХ РЕШЕНИЕ

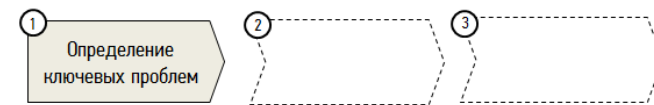
Май 2015



WWW.DATA-TRACER.COM
MICHAEL.DOPIRA@
DATA-TRACER.COM



ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ РАССЫЛКИ ПО СРАВНЕНИЮ СО СРЕДНИМИ ЗНАЧЕНИЯМИ ПО ИНДУСТРИИ



Активность



Уровень открытий

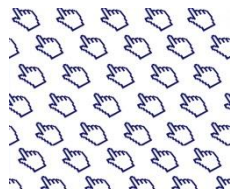


Среднее количество кликов при открытии

Вовлеченность



Средний период активности получателя



Среднее количество кликов, сделанных получателем

Отказы/жалобы

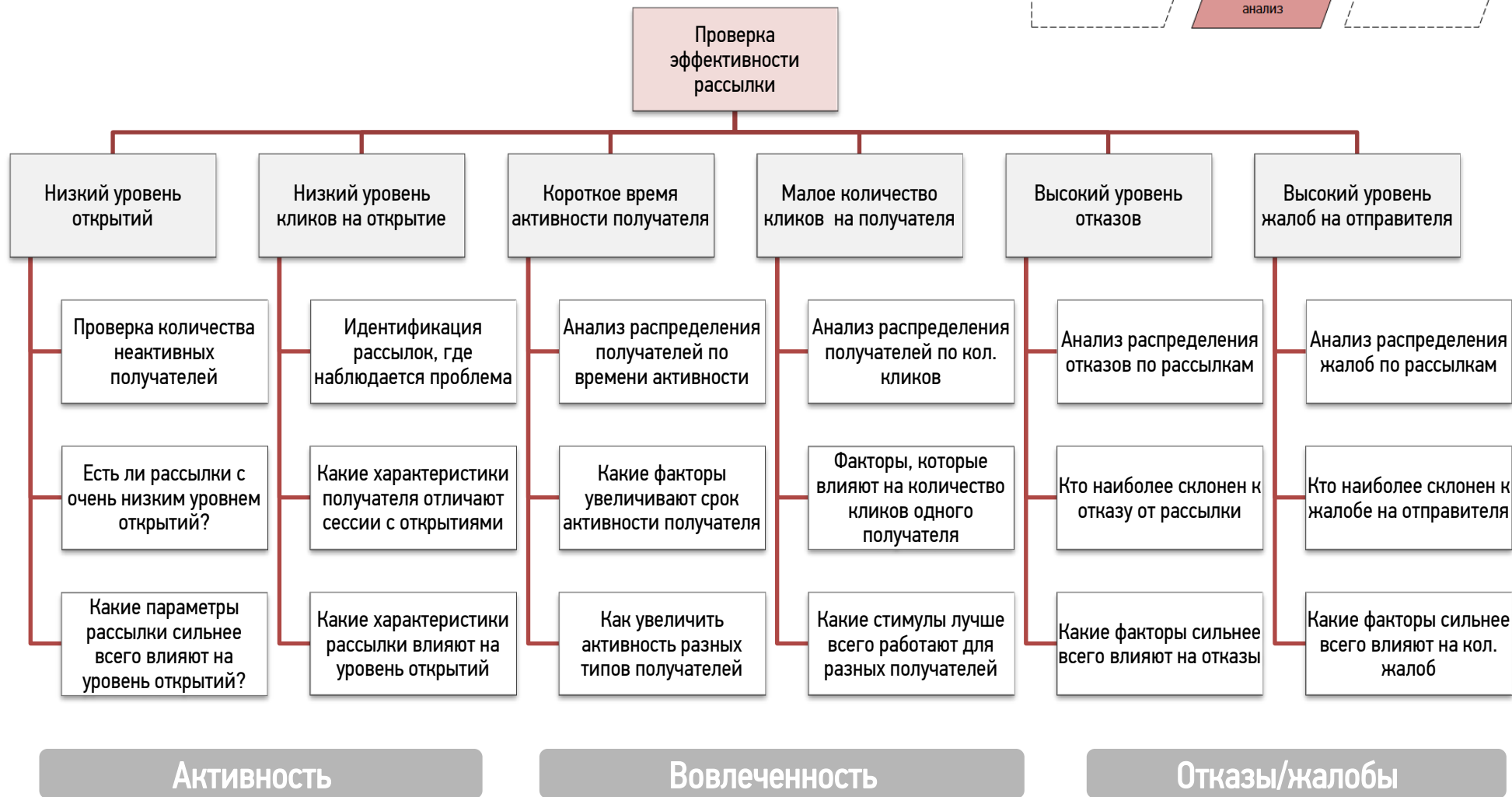
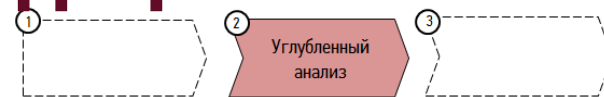


Средний уровень отказов



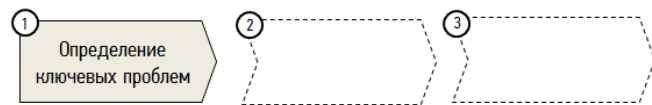
Средний уровень жалоб

ПРИ ОПРЕДЕЛЕНИИ ПРОБЛЕМЫ ПРОВОДИТСЯ РЯД АНАЛИЗОВ И ФОРМИРУЮТСЯ РЕКОМЕНДАЦИИ

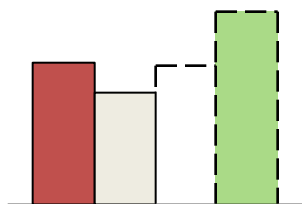


ОПРЕДЕЛЯЮТСЯ ОСНОВНЫЕ ПРИОРИТЕТЫ ДЛЯ ОПТИМИЗАЦИИ ОПЕРАЦИЙ

ПРИМЕР

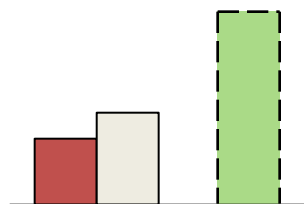


Активность



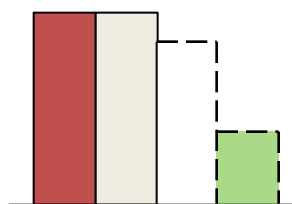
Уровень открытий

Вовлеченность



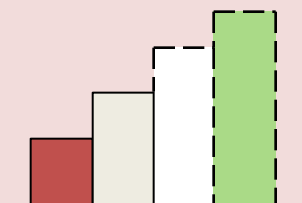
Средний период активности получателя

Отказы/жалобы

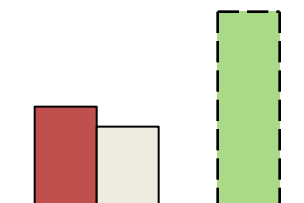


Средний уровень отказов

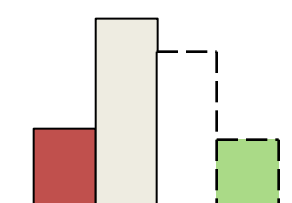
Проблема – низкий уровень кликов при открытии



Среднее количество кликов при открытии



Среднее количество кликов, сделанных получателем

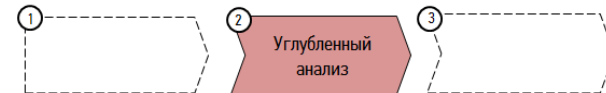


Средний уровень жалоб

■ Клиент
 ■ Среднее по индустрии
 Международный опыт
 ■ Топ-10 отправителей

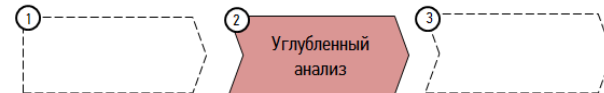
ОПРЕДЕЛЕНИЕ ПРИЧИН НИЗКОГО УРОВНЯ КЛИКОВ ПРИ ОТКРЫТИИ

ПРИМЕР

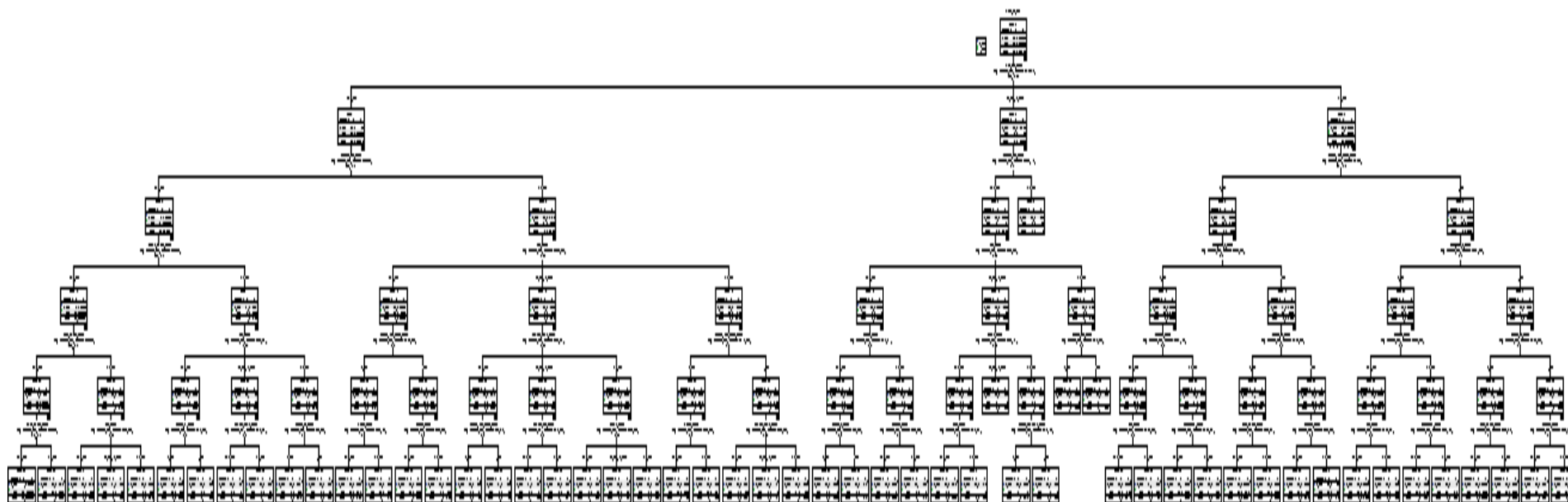


ПРИ ПОМОЩИ УГЛУБЛЕННОГО АНАЛИЗА ОПРЕДЕЛЯЕМ, ПОЧЕМУ МАЛО КЛИКОВ И ОТ ЧЕГО ЭТО ЗАВИСИТ

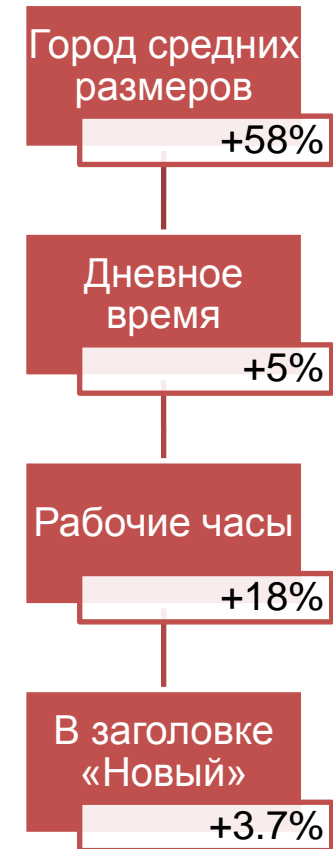
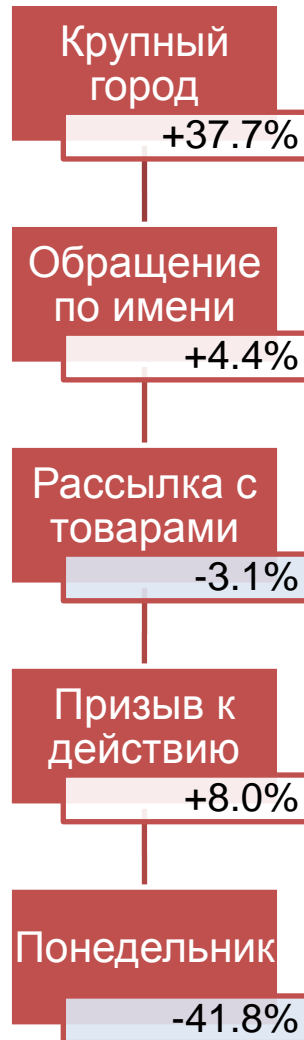
ПРИМЕР



Основная задача анализа – выяснить, чем отличаются открытия, за которыми последовал переход по ссылкам, от открытий без переходов.



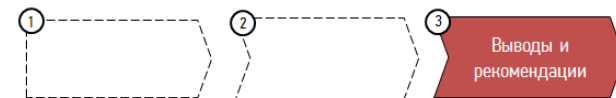
НЕКОТОРЫЕ ИНСАЙТЫ



Изменение вероятности клика при открытии

РЕКОМЕНДАЦИИ

ПРИМЕР



- Наличие большой доли получателей, заходящих с **зарубежных IP**, которые не кликают на рассылки – обратить внимание на базу адресов
- Необходимость большего вовлечения получателей в **небольших населенных пунктах** (например, сказать про простоту доставки, включить более доступные модели для этих получателей)
- Отправлять рассылку **утром**, так как днем уровень кликов выше, чем вечером
- Более активно использовать **обращение по имени**
- Уровень кликов по рассылкам с товарами гораздо ниже в **понедельник и пятницу** – это не лучшие дни для таких рассылок
- **Призывы к действию** эффективно стимулируют клики



Если есть вопросы, будем рады

ответить:

+38(097)740-6686

+1(307)314-9033

+7(901)903-1791

michael.dopira@data-tracer.com