

## Базовые правила для всех писем

Аккуратное оформление и умеренная частота отправки повышают вероятность, что ваше письмо откроют, а не добавят в папку со спамом. Вот элементы любого маркетингового письма:

- ☐ **Цепляющая тема.** Добавьте пользу для читателя, интригу или триггер, которые подтолкнут открыть письмо.
- ☐ **Обращение по имени.** Личное обращение к человеку повысит вероятность, что человек заметит письмо среди других и откроет.
- ☐ **Название компании или имя отправителя** в теме письма помогут повысить доверие и узнаваемость компании.
- ☐ **Аккуратное оформление:** делите текст на абзацы, выделяйте заголовки и подзаголовки, добавляйте визуальные элементы, например, фотографии, смайлики. Вшивайте ссылки в текст.
- ☐ **Грамотный копирайтинг.** Делайте тексты короткими, но информативными, чтобы письмо отвечало на основные вопросы читателя.
- ☐ **Кнопка «отписаться»**, чтобы клиент мог сам решить, хочет он получать ваши письма или нет.

Ниже удачные и не очень удачные примеры писем для разных ситуаций.

## Первое касание

Это автоматическое письмо, которое приходит после подписки. Цель — рассказать новому клиенту о пользе рассылки.

### ✗ Неудачный вариант

Спасибо за подписку!  
Подтвердите почту по ссылке:  
<https://some-site.ru/>

### ✓ Хороший вариант

Спасибо, что присоединились к нашей образовательной платформе!

В этой рассылке мы делимся советами от экспертов, приглашаем на закрытие мероприятия и присылаем секретные промокоды на скидки от партнёров.

Подтвердите почту, чтобы получать от нас полезные письма раз в две недели.

[Подтвердить почту]

## Продолжение разговора в офлайне

Письмо с информацией, которое отправляют после личной встречи или разговора по телефону.

### ✗ Неудачный вариант

Только что говорили с вами по телефону.  
Вот КП и рыба договора: <https://some-site.ru/>  
От вас ждём ТЗ на работу. До новых встреч.

### ✓ Хороший вариант

Анатолий, спасибо, что выделили время.  
В продолжение разговора отправляю информацию.

Договорились провести демо новой CRM-системы с нашими интеграторами в следующий вторник в 11:00 мск. И жду от вас техзадание от IT-отдела.

Во вложениях к письму прикрепляю наше коммерческое предложение и шаблон договора отдельными pdf файлами.

Остаёмся на связи. В случае возникновения вопросов пишите на почту или звоните на номер +7 900 900-00-00. Всегда рад помочь.

## Реанимация спящей базы

Если вы не делали рассылку более 2 месяцев — база контактов считается спящей. Чтобы возобновить контакт с клиентами, делают реанимационную рассылку.

### ✗ Неудачный вариант

Срочные новости!

В нашей компании невероятная акция. Таких скидок вы ещё не видели!

Переходите по [ссылке](#) и выбирайте обновления к сезону.

Предложение ограничено и действует только три дня! Торопитесь, иначе скидка сгорит.

[Забрать скидку]

### ✓ Хороший вариант

Добрый день! На связи Евгений из компании «Х».

Мы давно вам не писали, но теперь возвращаемся с регулярной рассылкой. Планируем делиться полезными статьями по выбору одежды и созданию модных образов.

А сейчас собрали подборку новых моделей из коллекции весна-лето, которые вы могли пропустить. По [ссылке](#) действует скидка 10% на любые позиции. Спасибо, что остаётесь с нами!

[Найти новый образ]

## Письмо клиенту, который не отвечает

Такое обычно отправляют клиентам, которые пропали после общения. Оно помогает вежливо напомнить о себе и подтолкнуть человека к целевому действию.

### ✗ Неудачный вариант

Добрый день! Удалось посмотреть коммерческое предложение?

### ✓ Хороший вариант

Добрый день! Писал вам несколько дней назад, но боюсь, что письмо могло затеряться в почте.

Дублирую вопрос и ссылки. Подскажите, когда вам будет удобно ответить?

## Письмо клиенту, который не знает, что выбрать

Важно не терять контакт с клиентами, которые готовы к покупке, но затрудняются с выбором. Иначе они могут найти нужный товар в другом месте.

### ✗ Неудачный вариант

По вашему запросу можно найти модели в разделе каталога «Для бега»: <https://some-site.ru/>

### ✓ Хороший вариант

Антон, добрый день! Меня зовут Сергей, из магазина спорттоваров «Х». Готов помочь вам с выбором или любыми другими вопросами.

Вы писали, что вас интересуют именно беговые кроссовки для марафонов и полумарафонов с дополнительной амортизацией, верно?

Могу порекомендовать модели: [Demix Flow](#) или [adidas Duramo SL](#). У первой лучше амортизация, она подходит для бега по асфальту и неподготовленным поверхностям. Вторая модель легче, в ней можно бежать быстрее, но она уступает первой в уровне амортизации и не так надёжно стабилизирует стопу.

Какой из вариантов вам ближе? Или можем поискать ещё подходящие модели.

Составить чек-лист помог Спартак Иванов, эксперт по скриптам продаж, спикер и автор Деловой среды Премиум, наставник по продажам в федеральных образовательных бизнес-программах