

# 5 способов монетизировать клиентскую базу

## 1. Рассылки

**Выберите канал, через который будете общаться с клиентами.**

Об одном и том же событии, будь то расширение ассортимента или объявление распродажи, клиента можно уведомить через разные каналы:

- ☐ по электронной почте,
- ☐ в СМС,
- ☐ через социальные сети,
- ☐ мессенджеры,
- ☐ чат-боты.

**Совет.** Выбор канала зависит от портрета целевой аудитории, например, для работы с клиентами старшего возраста подойдет рассылка по SMS.

**Определитесь, что хотите рассказать клиентам в рассылке.** Вот несколько идей:

- ☐ Расскажите о распродажах и акциях
- ☐ Напомните о себе через инфоповод
- ☐ Поделитесь полезной информацией с призывом к действию в конце

**Пример.** Магазин бытовой техники может рассказать, как выбрать телевизор, а в конце дать ссылку на более подробную статью с конкретными примерами и ссылками на товары.

- ☐ Предложите клиенту персональную скидку на товар, которым он интересовался, но не оформил заказ

**Учтите важные нюансы перед отправкой рассылки:**

- ☐ вид письма на устройстве получателя;
- ☐ количество писем в один день. Первые рассылки лучше ограничить ≈ 100 сообщений в день, чтобы не попасть под спам-фильтр;
- ☐ название сайта в домене электронной почты — такие письма вызывают больше доверия и реже попадают в папку «Спам»;
- ☐ цепляющая тема письма, чтобы получатели открыли его.

## 2. Ретаргетинг

Ретаргетинг позволяет показывать рекламу тем, кто уже проявил интерес к вашему предложению, возможно, положил товар в корзину, но не оформил покупку. Или, например, людям с интересами, похожими на то, что предлагаете вы. Такая функция есть на многих рекламных площадках, в том числе в Яндекс.Директе и VK.

Готовую клиентскую базу тоже можно использовать для ретаргетинга. Для этого в ней должно быть от 1 000 строк контактов: телефонов, адресов и других данных.

**Загрузите данные в систему контекстной рекламы и выберите, кому показывать объявления:**

- ☐ Пользователям, которые зарегистрированы по номеру телефона.
- ☐ Пользователям, которые зарегистрированы по адресу электронной почты.
- ☐ Обладателям схожих интересов.

**Выберите принципы, по которым хотите настроить ретаргетинг:**

- ☐ По действиям на сайте: показывать только тем клиентам, кто положил товар в корзину.
- ☐ По взаимодействию с рекламой: тем, кто долго смотрел на вашу рекламу или нажимал и переходил на сайт.
- ☐ По местоположению.
- ☐ По подписчикам на ваши социальные сети.

## 3. Автоматический обзвон клиентов

Сервисы для автоматического обзвона позволяют охватить тысячи клиентов за час. Текст звонка может озвучить как живой человек, так и нейросеть. Главное, зацепить слушателя в самом начале, чтобы уменьшить шанс, что он бросит трубку.

**Выберите стоящий повод, чтобы позвонить клиенту.** Такие обзвоны нравятся не всем, поэтому важно заинтересовать человека прежде, чем он бросит трубку.

**Вот несколько поводов, чтобы подтолкнуть клиентов к новым покупкам:**

- ☐ Начисление бонусов или скидки с ограниченным сроком действия.
- ☐ Мероприятие по поводу открытия нового филиала.
- ☐ Окончание срока действия специального предложения.
- ☐ Приглашение на бесплатную пробную процедуру, тренировку или другую услугу.

#### Выберите сервис для обзвона:

- ☐ Mango Office,
- ☐ МТТ Бизнес,
- ☐ Телфин,
- ☐ Гравител,
- ☐ Оки-Токи,
- ☐ Zvonobot,
- ☐ ENCRY Telecom.

#### 4. Реферальная программа

По реферальной программе ваши покупатели будут сами приводить к вам новых клиентов, рассказывая о вас.

Определитесь с типом реферальной программы. Вы можете:

- ☐ подключиться к готовой реферальной программе;
- ☐ запустить свою.

**Пример.** Предложите скидку новым покупателям и давним клиентам, которые их приведут, или небольшой денежный бонус за каждого приведенного покупателя.

#### Расскажите клиентам о запуске программы:

- ☐ по электронной почте,
- ☐ в СМС,
- ☐ через социальные сети,
- ☐ мессенджеры,
- ☐ чат-боты.

#### 5. Чат-боты

На чат-боты можно переложить часть функций менеджеров и специалистов техподдержки. Сотрудники смогут заниматься более важными и творческими задачами, пока чат-бот консультирует клиентов по вопросам доставки товаров, ассортимента, оплаты заказов и действующих акций.

Чат-бота можно создать с помощью разных сервисов:

- ☐ СберБизнесБот,
- ☐ WhatsApp Business API,
- ☐ Textback,
- ☐ IntellectDialog,
- ☐ BotHelp,
- ☐ Chat2Desk,
- ☐ Salebot

Правильно настроенный чат-бот быстро отвечает на вопросы клиентов и сокращает период, за который клиент успевает передумать насчет оформления заказа.

#### Еще несколько советов

- ☐ **Выбирайте полезный контент и правильный момент.** Предложение, о котором вы хотите сообщить, должно оказаться нужным вашему клиенту — слишком частые или бессмысленные рассылки и звонки его только оттолкнут.
- ☐ **Пользуйтесь специальными сервисами.** Они ускорят процесс, позволят четко планировать время рассылок, собирать подробную статистику и обратную связь.
- ☐ **Тщательно выбирайте текст и канал коммуникации.** Рассылка полезных материалов по SMS или email-рассылка с неуместным подтекстом в заголовке могут рассмешить получателя, но не вызвать желание что-то купить.
- ☐ **Настраивайте рассылки или рекламу по различным сегментам аудитории,** если вы предлагаете несколько услуг или товаров для разных ЦА с четкими демографическими, географическими и другими отличиями.