



**mi-shop.com**

Авторизованные магазины

# **Автоматизация процессов коммуникации с клиентами для роста клиентского счастья и оборота**

Шкирдова Е.Н. Директор по электронной  
коммерции [mi-shop.com](https://mi-shop.com)



mi-shop.com

Авторизованные магазины

# Когда нужна автоматизация?

**Сразу!**

*Если не сделали сразу когда делать?*

Сразу, как только задали себе вопрос!

*Что взять за основу?*

Ваши знания о клиентах

~~вчера~~  
**СЕЙЧАС**  
~~завтра~~

# Какие принципы мы использовали?

1. Полезность для клиента
2. Рост метрик для бизнеса
3. Рост Itv



mi-shop.com

Авторизованные магазины



mi-shop.com

Официальные магазины

Здравствуйте!

Вы собирались сделать заказ, но не сделали. Мы подумали, что вы могли про него забыть, и решили на всякий случай напомнить.



Вы просматривали:



Другое

Термокружка Xiaomi KissKissFish МОКА  
Smart Coffee Tumbler (серый)

2 990 ₺

# Триггерные цепочки



mi-shop.com

Авторизованные магазины

- Брошенная корзина
- Брошенный просмотр, дорогой брошенный просмотр
- Брошенная категория
- Товар в наличии, снижение цены

В зависимости от провайдера все механики могут работать в разной степени автоматизации

mi-shop.com  
Официальные магазины

## BLACK FRIDAY

Давайте попробуем еще раз!

Прoshлый раз вы ничего для себя не выбрали, но мы уверены, что у нас есть, чем заинтересовать вас. Просто выберите подходящую категорию.

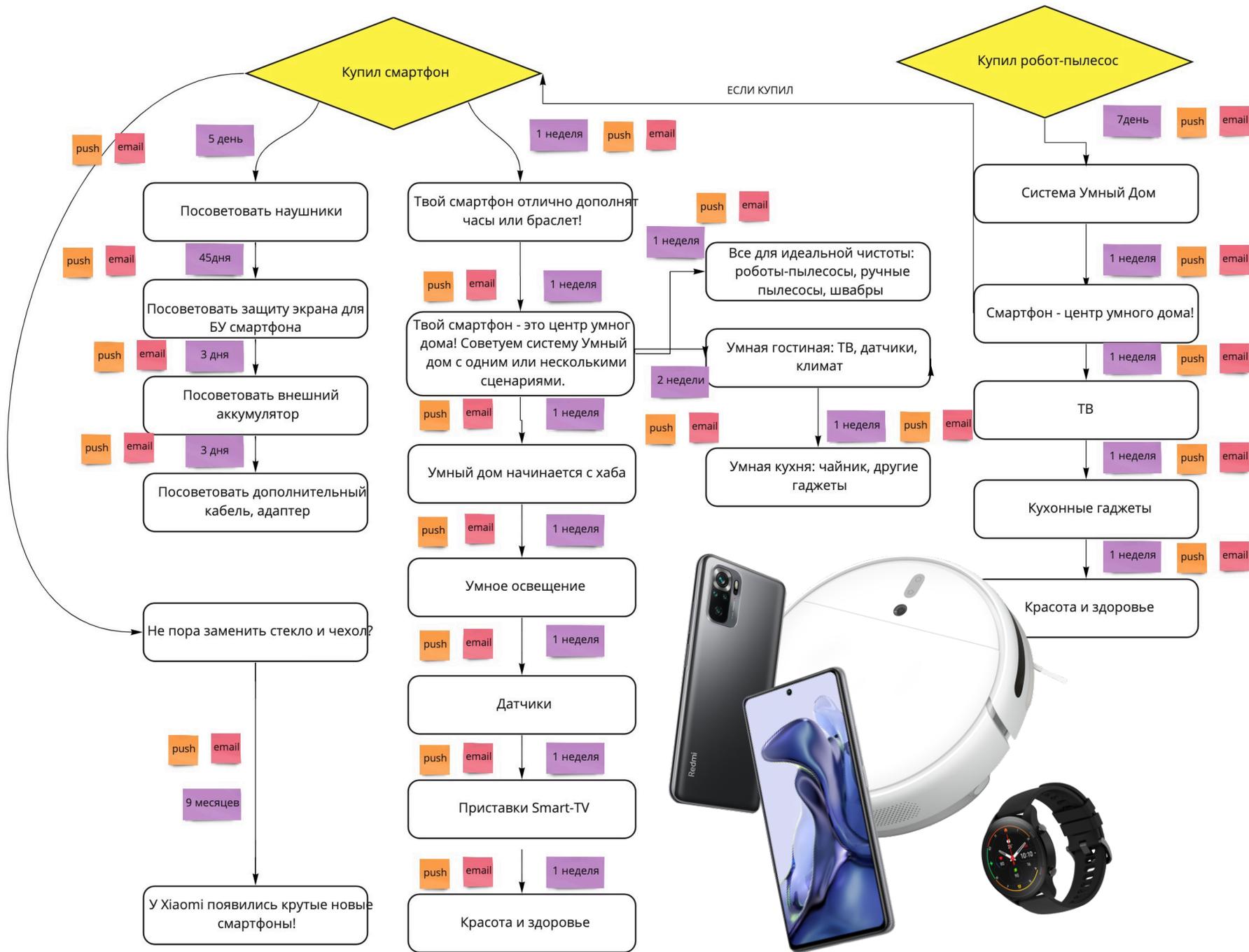
Смартфоны

Умные устройства



# Какие триггеры ещё могут быть?

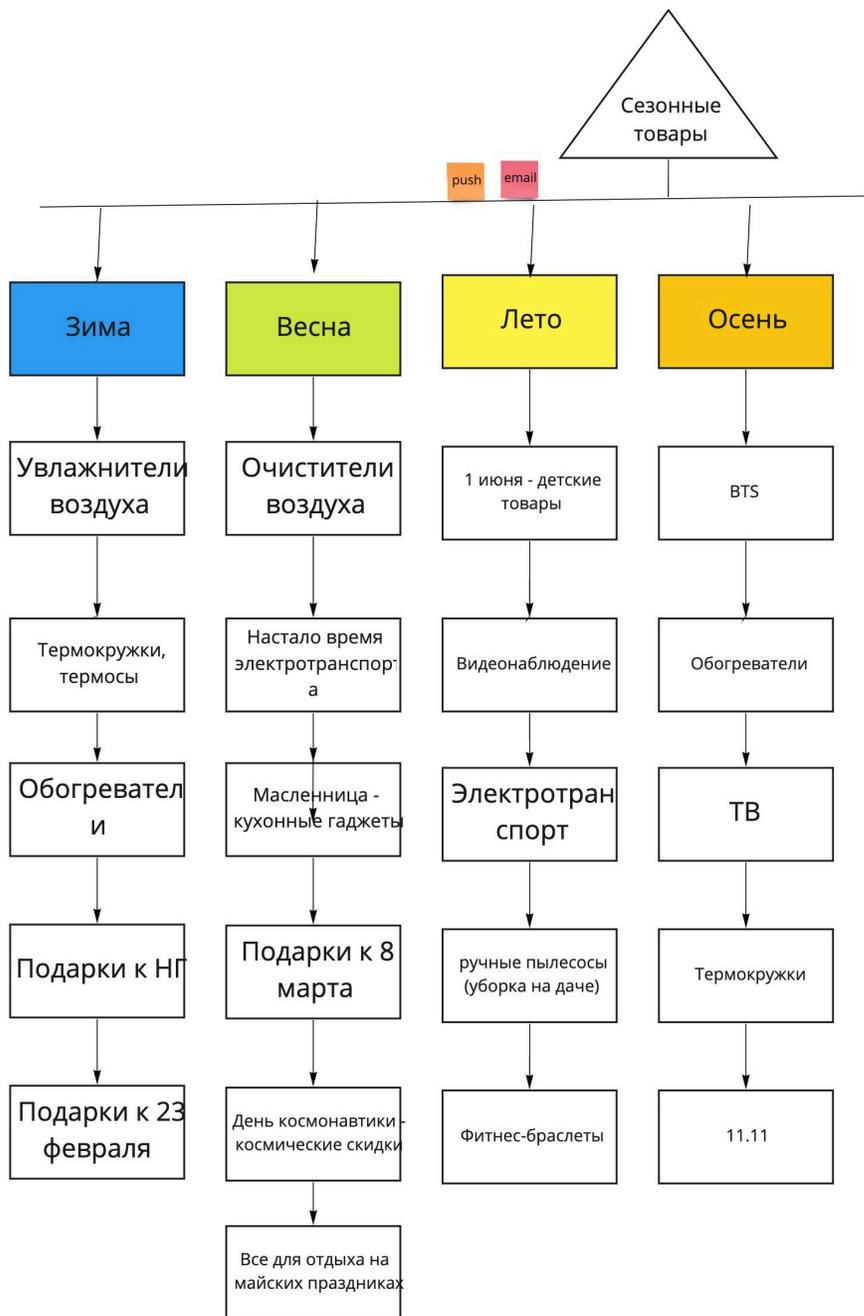
- Сопутствующие товары
- «Пополни запасы»
- Регулярные покупки
- Обновление линейки
- Для купивших офлайн/онлайн
- Знакомство с экосистемой
- Сезонность/календарные праздники





mi-shop.com

Авторизованные магазины





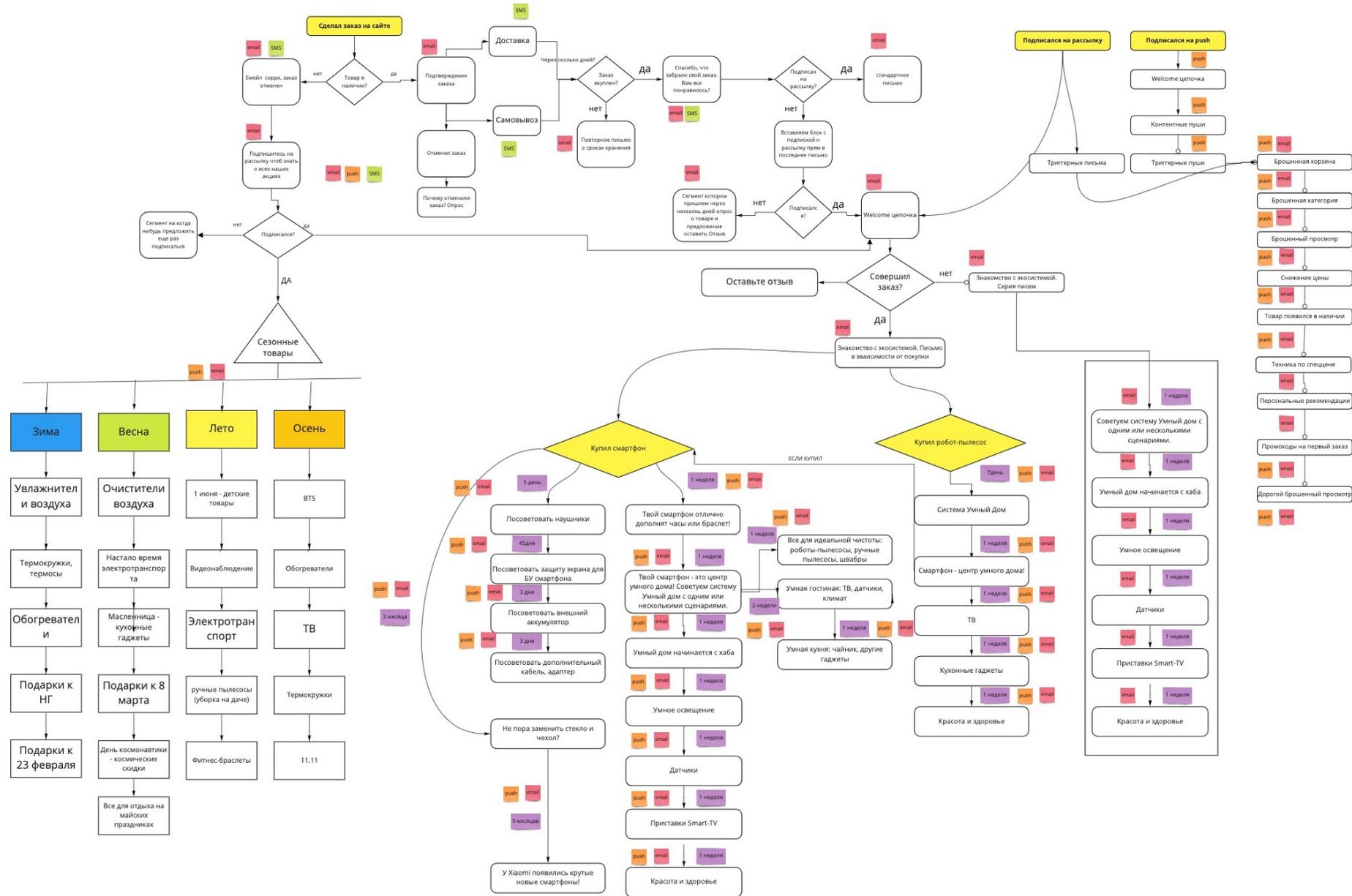
mi-shop.com

Авторизованные магазины

# Какие триггеры ещё могут быть?

- Покупка товара из предыдущего сообщения
- Отправка push только если не совершил действие в email
- A/B/C тесты рассылок (темы, текст, компоновка)
- Договоренности в оценке результата: LND, FI

# Карта коммуникаций





**mi-shop.com**

Авторизованные магазины

# Что старались учесть

- Сколько и каких писем будет получать клиент
- Не будет ли дублей и переспама
- Временной интервал между отправками
- Полезность контента! (sale не чаще, чем 1 раз в 4 письма)
- Отсутствие пересечения с контентными рассылками
- Ценность для каждого сегмента



mi-shop.com

Авторизованные магазины

# Вариативности

- **Пополни запасы** - меняли шаблон письма, изменяли интервалы отправки

*Считали домохозяйством семью с 1 ребенком*

*Пытались угадать привычки покупателя*

- **Брошенная корзина**: менялась длина цепочки с 1 до 4х писем, интервалы отправки, добавляли отправку push

**Лучше всего работает письмо**

**или push с промокодом!**

**Неважно, первое это письмо,**

**или последнее!**

# Profit



**mi-shop.com**

Авторизованные магазины

Триггерные коммуникации	7 млн в 2020 году 10,5 млн в 2021 году <b>Рост 33%</b>
Брошенная корзина 1-2 письма без пуша 3 письма и push	1,4 млн в 2020 году 3,2 млн в 2021 году <b>Рост 56%</b>
Брошенный просмотр 1 письмо 2 письма + альтернативы и push	1,1 млн в 2020 году 2,7 млн в 2021 году <b>Рост 59%</b>
Пополни запасы	не было в 2020 году <b>420 тыс. руб. в 2021 году</b>



mi-shop.com

Авторизованные магазины

# Future is coming

## Обязательно rfm и ltv сегментация

*Персонализируем каждую цепочку под каждый сегмент*

*Особенно уделять внимание пограничным сегментам и сегментам с потенциалом*

<https://news.myseldon.com/ru/news/index/215847331>

211 - спящие разовые с низким чеком	221 - спящие редкие с низким чеком	231 - спящие частые с низким чеком
111 - давние разовые с низким чеком	121 - давние редкие с низким чеком	131 - давние частые с низким чеком
112 - давние разовые с средним чеком	122 - давние редкие с средним чеком	132 - давние частые с средним чеком
113 - давние разовые с высоким чеком	123 - давние редкие с высоким чеком	133 - давние частые с высоким чеком
311 - недавние разовые с низким чеком	321 - недавние редкие с низким чеком	331 - недавние частые с низким чеком
312 - недавние разовые со средним чеком	322 - недавние редкие со средним чеком	332 - недавние частые со средним чеком
313 - недавние разовые с высоким чеком	323 - недавние редкие с высоким чеком	333 - недавние частые с высоким чеком



# Future is coming step 2

## Анализ когорт

*Время подписки*

*Когорты распродаж, rfm и ltv, совершили первую покупку через X дней, охотники за скидками, фанатики и тд.*

<https://emailsoldiers.ru/blog/cohort-analysis-in-email-marketing>

Есть ещё один вариант представления когортного анализа в виде матрицы, где значения в столбцах — это номер месяца, следующий за месяцем подписки.

Месяц регистрации	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22
Январь 2018	1,56%	1,86%	3,49%	2,17%	2,96%	2,49%	2,53%	1,95%	1,89%	1,12%	2,88%	2,15%	2,19%	1,58%	1,66%	1,35%	1,30%	1,00%	0,60%	0,68%	1,07%	0,74%	0,46%
Февраль 2018	2,11%	14,20%	10,88%	12,06%	9,63%	9,20%	7,67%	6,87%	3,93%	8,85%	7,86%	8,76%	6,00%	6,46%	4,79%	4,84%	3,32%	2,20%	2,15%	3,43%	2,64%	1,59%	
Март 2018	2,37%	2,48%	4,14%	4,10%	4,12%	3,13%	2,56%	1,57%	4,19%	3,19%	3,69%	2,45%	2,36%	2,02%	2,57%	1,79%	1,12%	1,43%	1,98%	1,47%	0,86%		
Апрель 2018	5,93%	11,27%	9,77%	10,83%	9,51%	8,41%	4,74%	9,28%	8,34%	9,16%	6,61%	7,19%	5,15%	5,33%	5,67%	3,06%	3,30%	4,19%	3,57%	2,34%			
Май 2018	2,11%	9,06%	9,50%	5,94%	6,63%	3,31%	7,48%	6,27%	6,21%	4,65%	5,06%	3,32%	2,93%	2,82%	1,88%	2,14%	2,69%	1,80%	1,06%				
Июнь 2018	11,29%	15,76%	8,37%	6,83%	4,25%	9,11%	7,19%	7,73%	5,61%	6,00%	3,83%	3,36%	2,79%	1,79%	2,10%	2,94%	2,35%	1,31%					
Июль 2018	4,13%	7,55%	6,02%	3,27%	7,79%	6,16%	6,13%	4,45%	4,35%	3,06%	2,55%	2,12%	1,36%	1,48%	2,54%	1,56%	1,05%						
Август 2018	4,92%	5,55%	2,66%	6,96%	5,47%	5,39%	3,88%	3,73%	2,53%	2,36%	1,78%	1,12%	1,22%	2,11%	1,33%	0,92%							
Сентябрь 2018	0,39%	0,91%	8,75%	7,97%	6,92%	4,97%	4,78%	3,16%	2,96%	2,22%	1,40%	1,46%	2,58%	1,62%	0,97%								
Октябрь 2018	0,85%	9,28%	8,78%	7,01%	5,17%	5,07%	3,43%	2,95%	2,40%	1,52%	1,59%	2,51%	1,53%	1,04%									
Ноябрь 2018	4,48%	10,47%	7,04%	4,84%	4,70%	3,04%	2,62%	1,97%	1,16%	1,46%	2,08%	1,60%	0,90%										
Декабрь 2018	13,04%	13,23%	7,58%	7,15%	4,07%	3,49%	2,83%	1,56%	2,22%	3,13%	1,96%	1,21%											
Январь 2019	11,81%	13,57%	11,48%	5,91%	5,71%	4,59%	2,65%	3,28%	4,38%	3,09%	1,74%												
Февраль 2019	0,25%	9,04%	3,01%	3,06%	2,07%	1,02%	1,60%	1,93%	1,27%	0,67%													
Март 2019	4,86%	4,81%	6,34%	4,30%	2,58%	3,13%	3,86%	3,12%	1,48%														
Апрель 2019	2,65%	4,70%	2,32%	1,30%	1,50%	1,96%	1,55%	0,80%															
Май 2019	11,91%	12,29%	4,89%	5,23%	6,22%	4,08%	2,38%																
Июнь 2019	15,89%	7,73%	6,10%	6,52%	3,94%	2,34%																	
Июль 2019	10,35%	7,45%	5,95%	3,84%	2,33%																		
Август 2019	13,90%	10,67%	5,81%	2,81%																			
Сентябрь 2019	15,54%	10,66%	4,46%																				
Октябрь 2019	16,20%	7,82%																					
Ноябрь 2019	9,87%																						

При таком представлении удобно сравнивать когорты по их взаимодействию и определять время жизни подписчика.



**mi-shop.com**

Авторизованные магазины



## **Шкирдова Елена**

E-commerce director [mi-shop.com](https://mi-shop.com)

tg/wa +7 903 214 96 58

[e.Shkirdova@mi-shop.com](mailto:e.Shkirdova@mi-shop.com)