

Автоматизация
маркетинговых
коммуникаций

КАК ВЫБРАТЬ ТЕХНОЛОГИЮ?

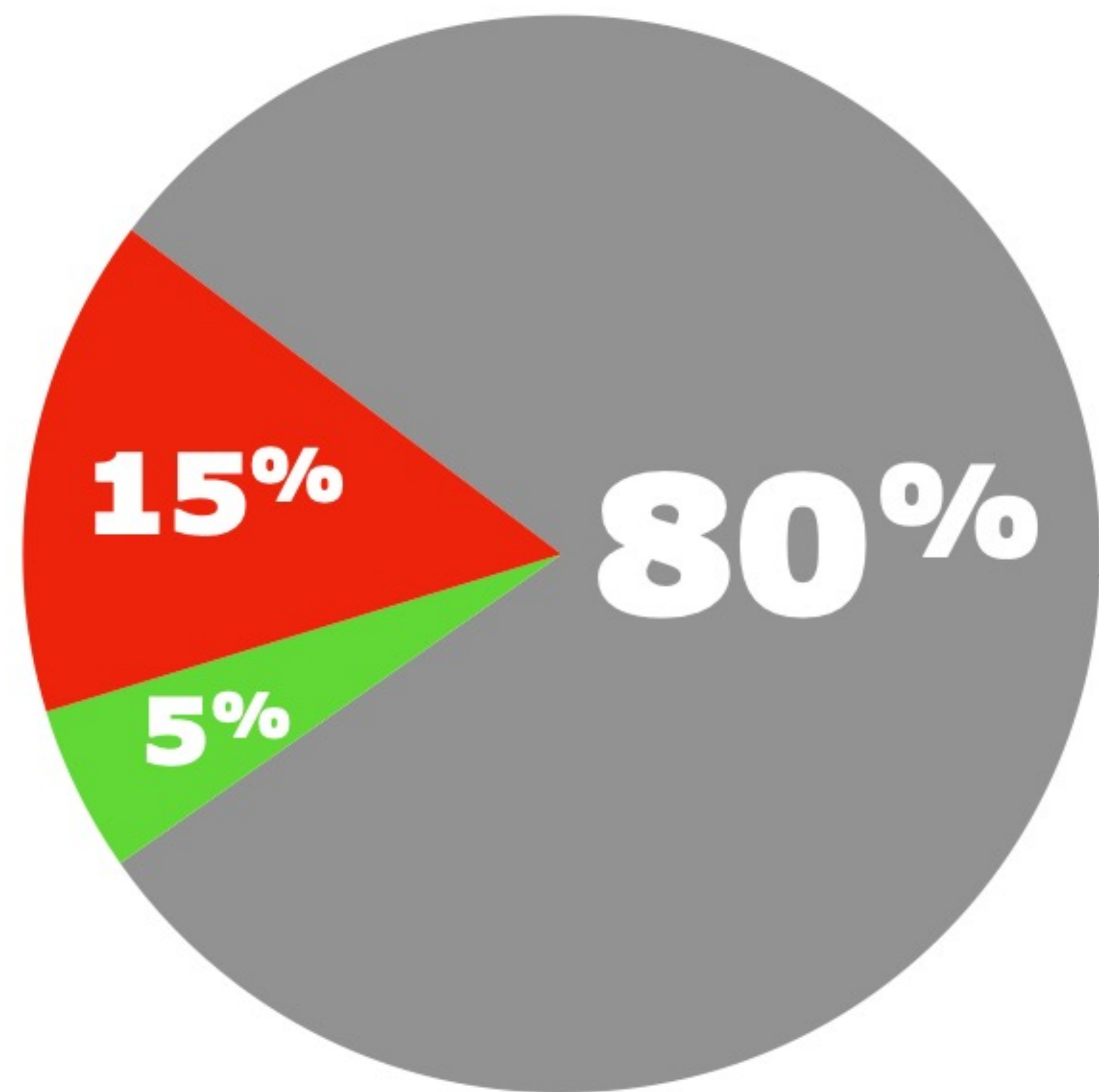
Ксения Тимошкова

mindbox



Что у меня болит

на основе 1000 заявок за год

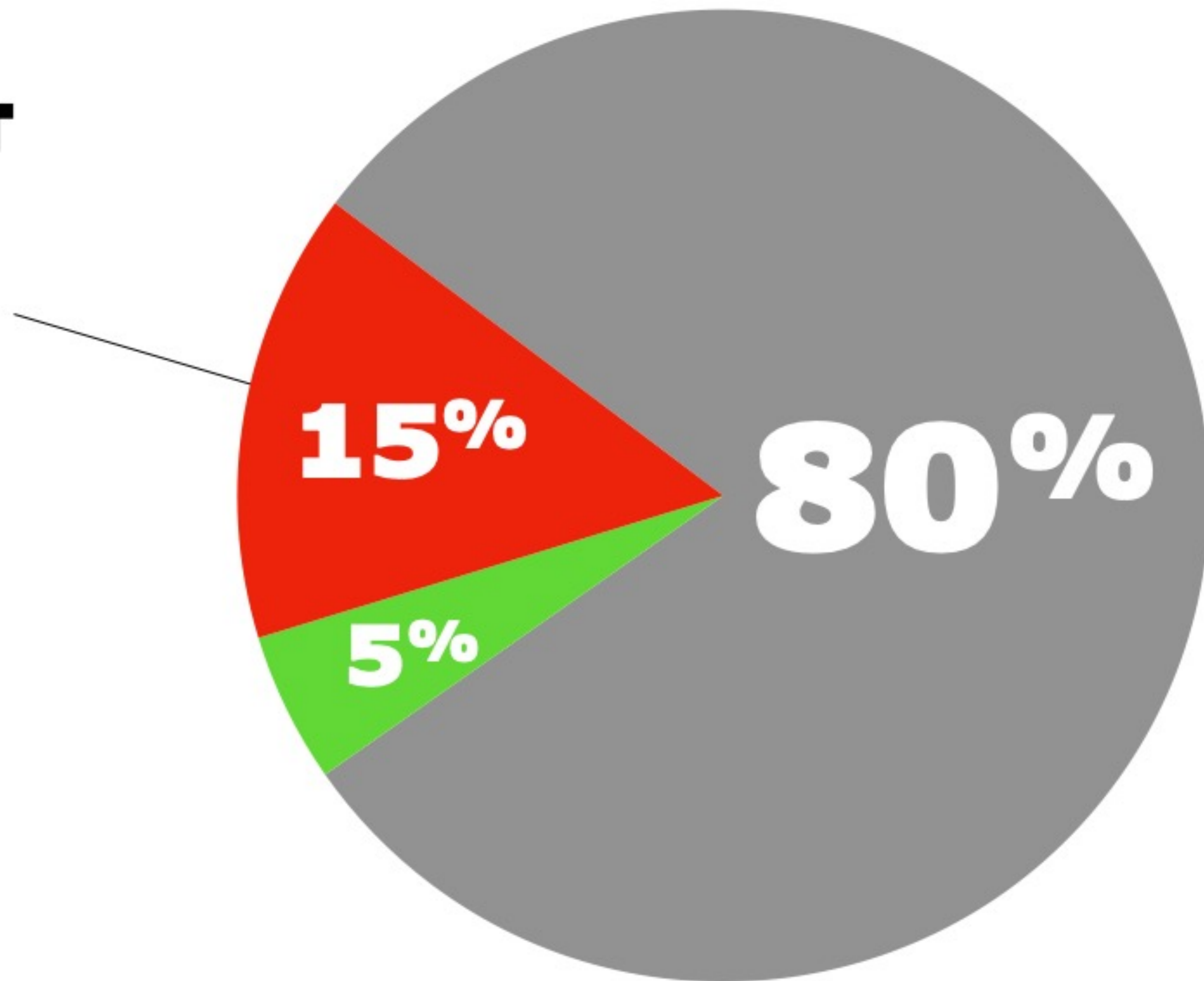


**Не нужна
автоматизация
в принципе**

Что у меня болит

на основе 1000 заявок за год

**Выбирают
слишком
быстро
или долго**



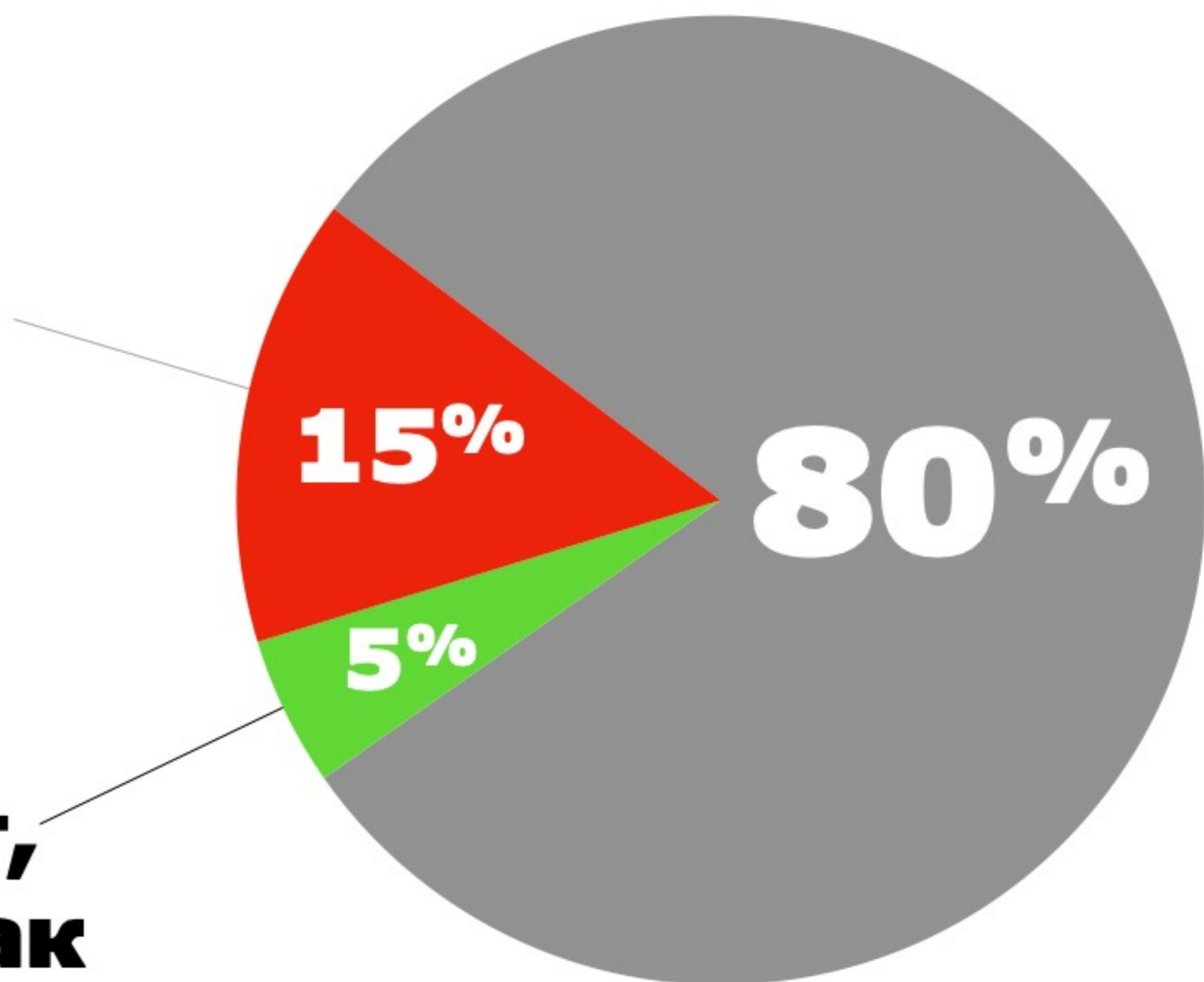
Не нужна
автоматизация
в принципе

Что у меня болит

на основе 1000 заявок за год

Выбирают
слишком
быстро
или долго

**Понимают,
зачем и как**



Не нужна
автоматизация
в принципе

О ЧЁМ ПОГОВОРИМ?

- 1 Что такое автоматизация
- 2 Какие проблемы она решает
- 3 Как выбрать инструмент

Автоматизация маркетинговых коммуникаций



правильные
сообщения



в правильное
время



правильному
человеку



и через
правильный
канал

~~Автоматизация~~

маркетинговых коммуникаций



Данные



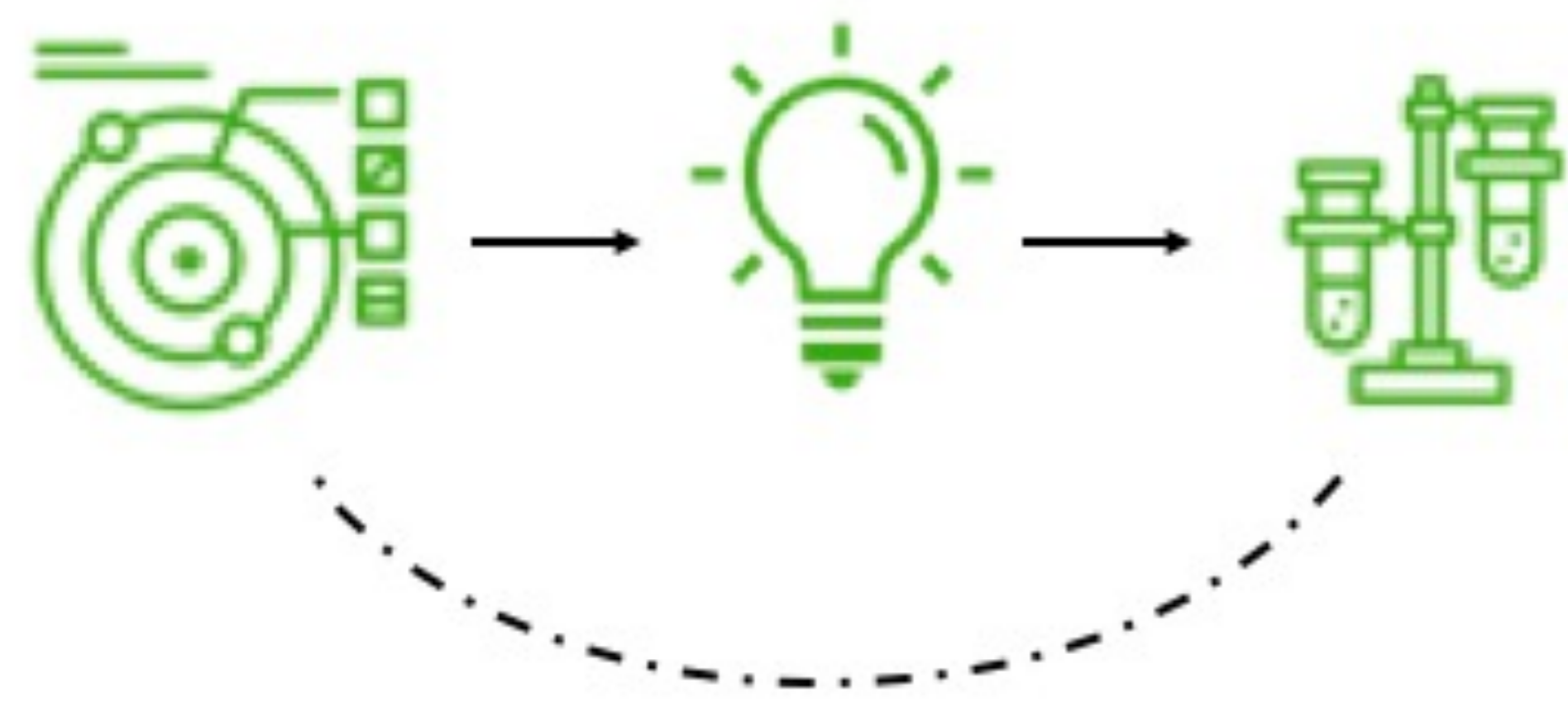
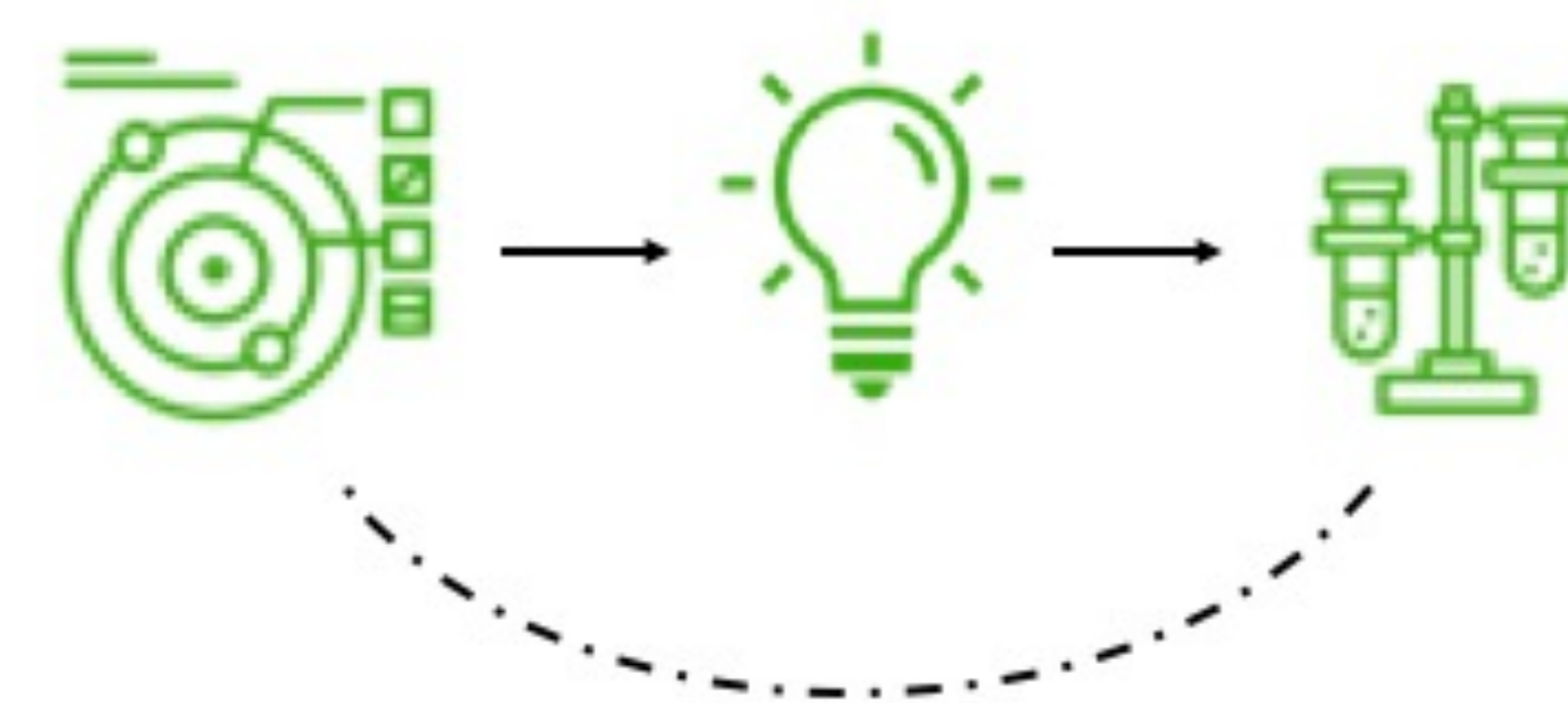
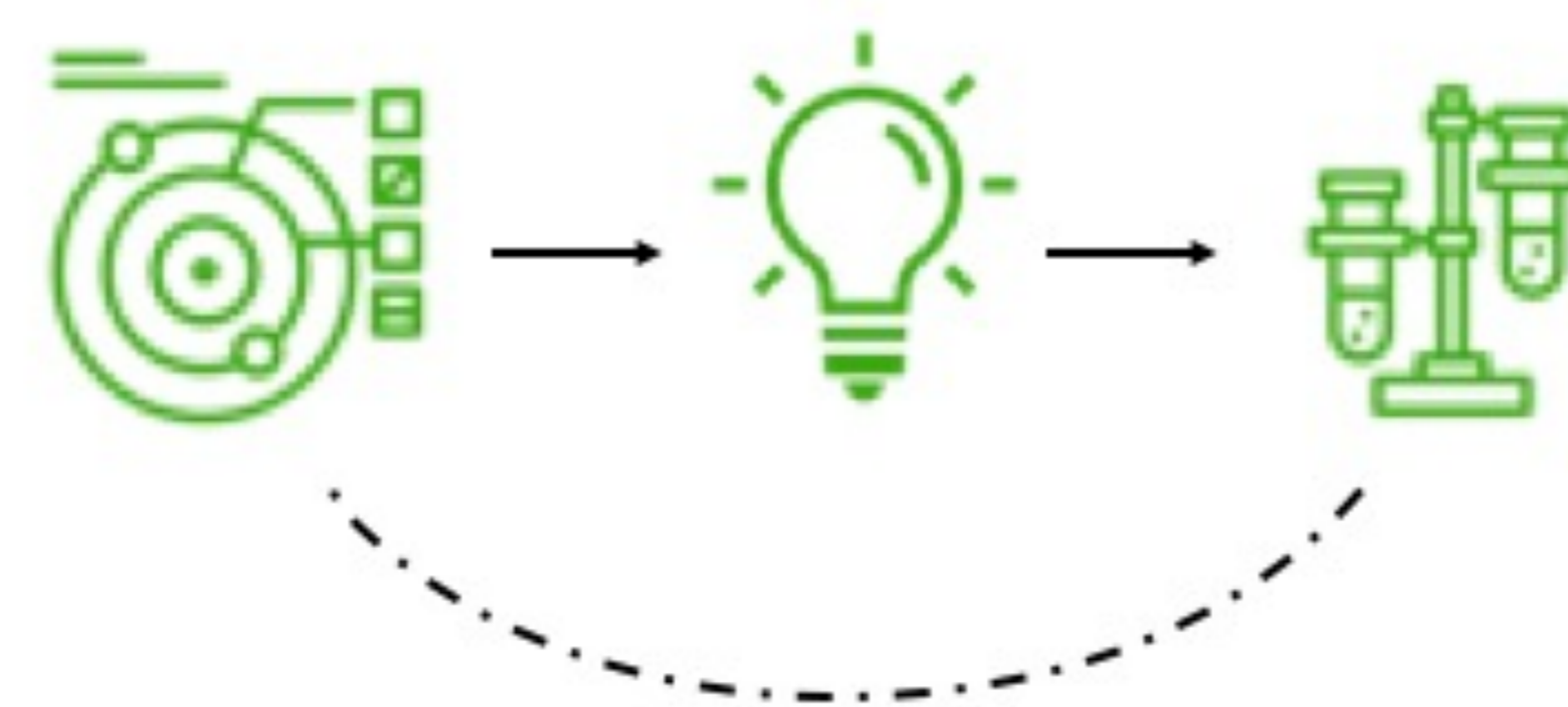
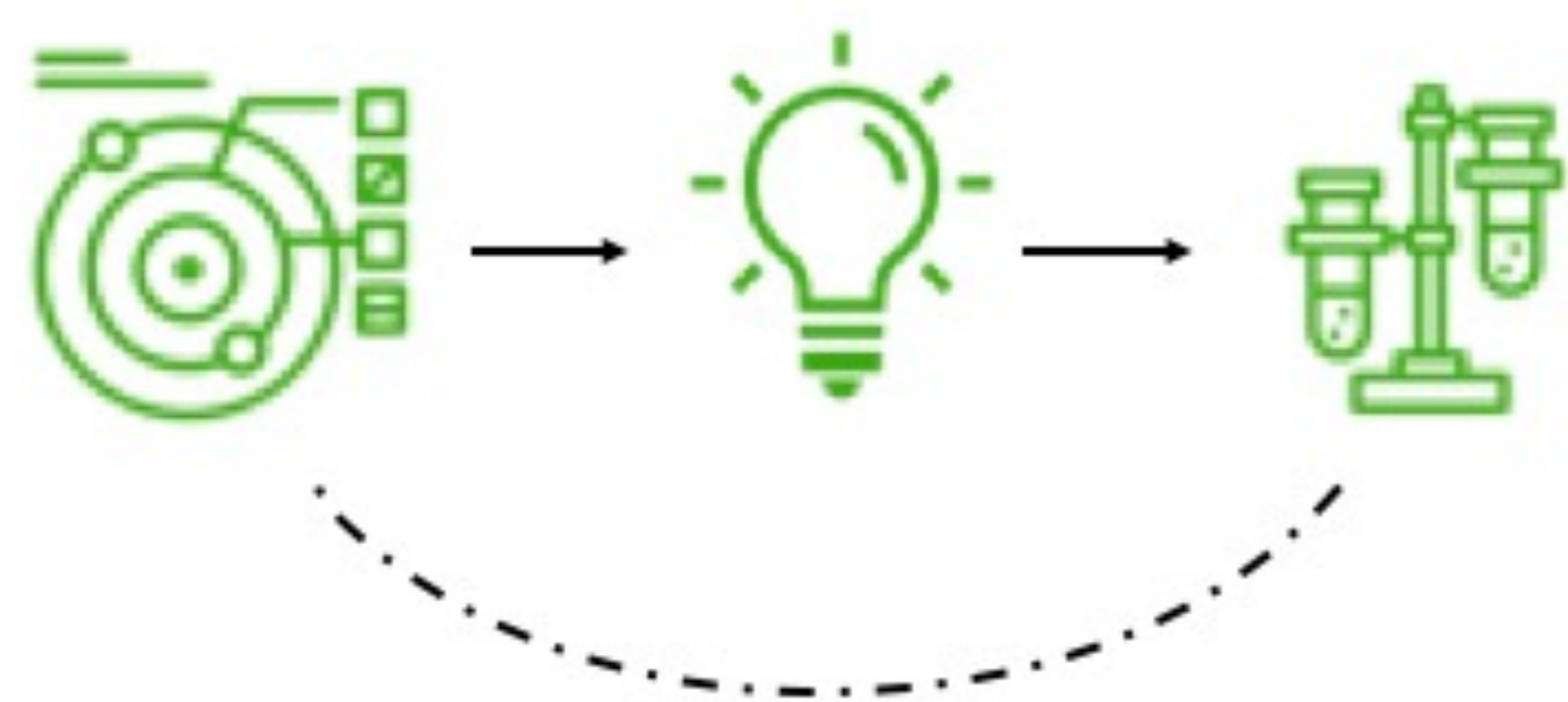
Гипотезы



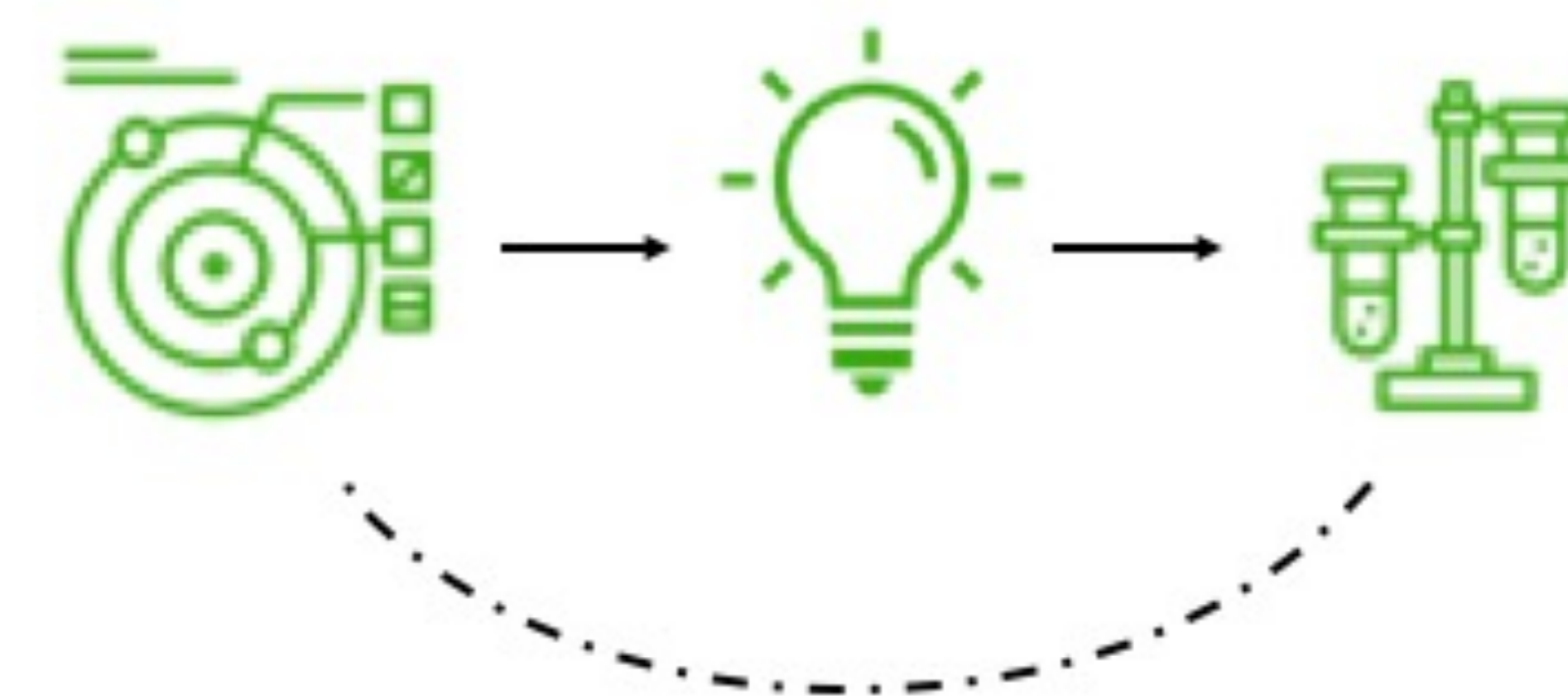
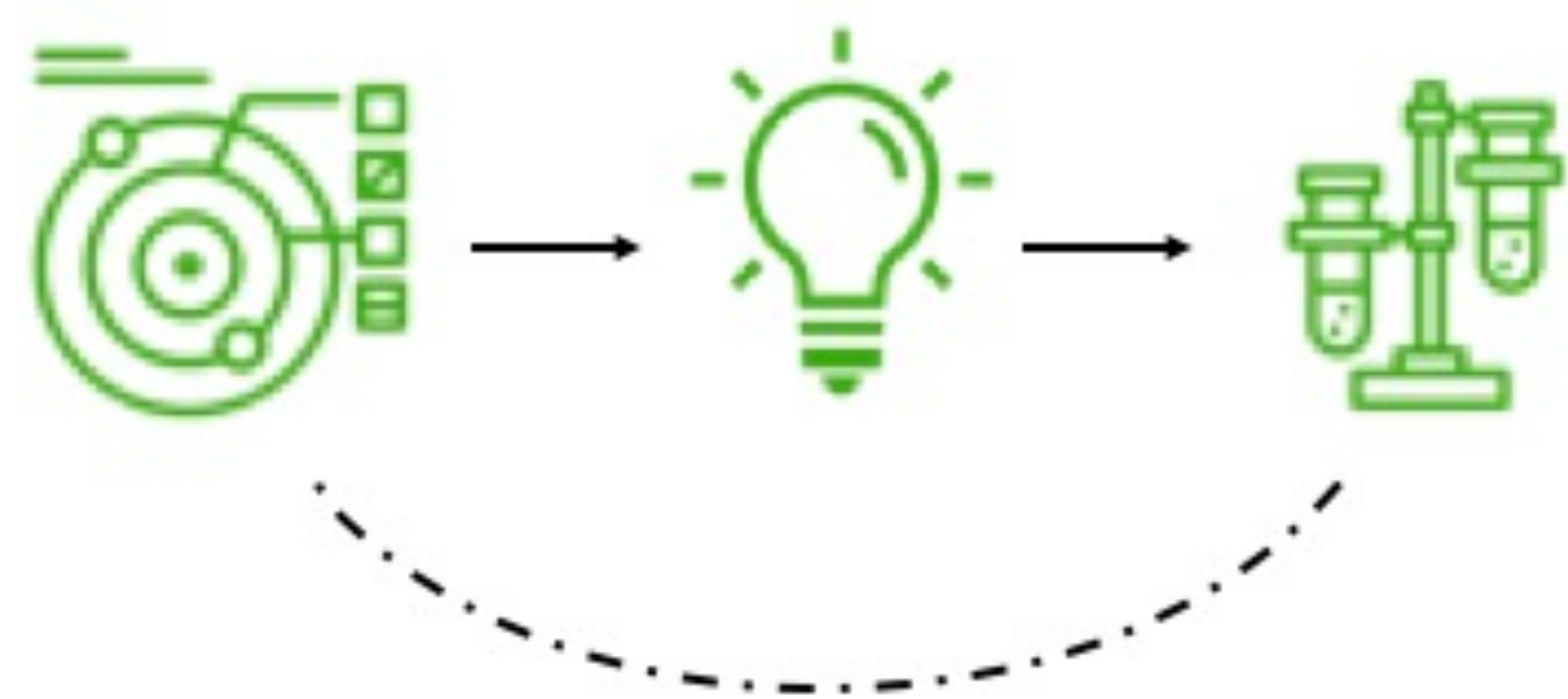
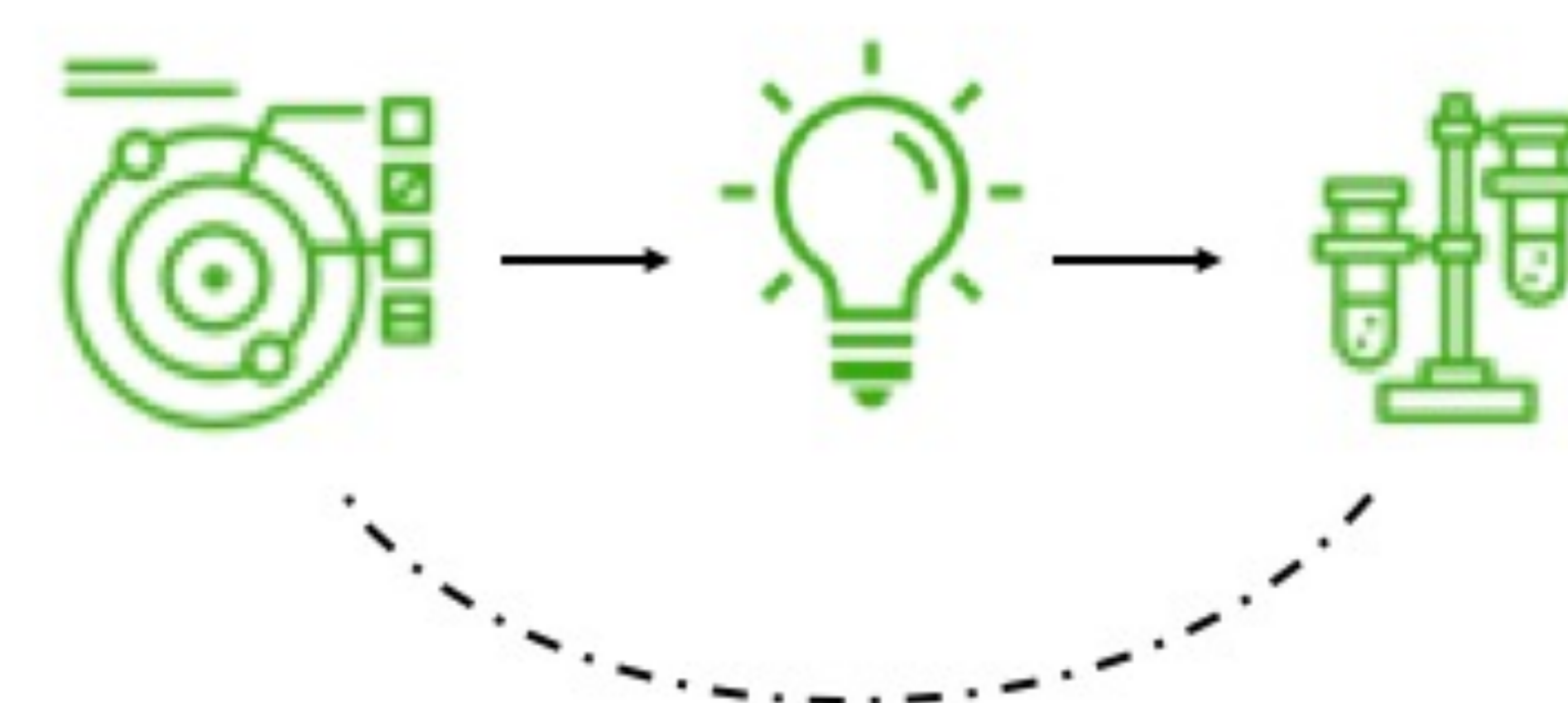
Эксперимент



Автоматизация маркетинговых коммуникаций



*Тестирование
гипотез на потоке*



256

**автоматических
кампаний**

*создал один из клиентов
Mindbox после внедрения*

Как понять, что



автоматизировать

**Медийная
реклама**

Маркетинг

IT

**SMS &
push**

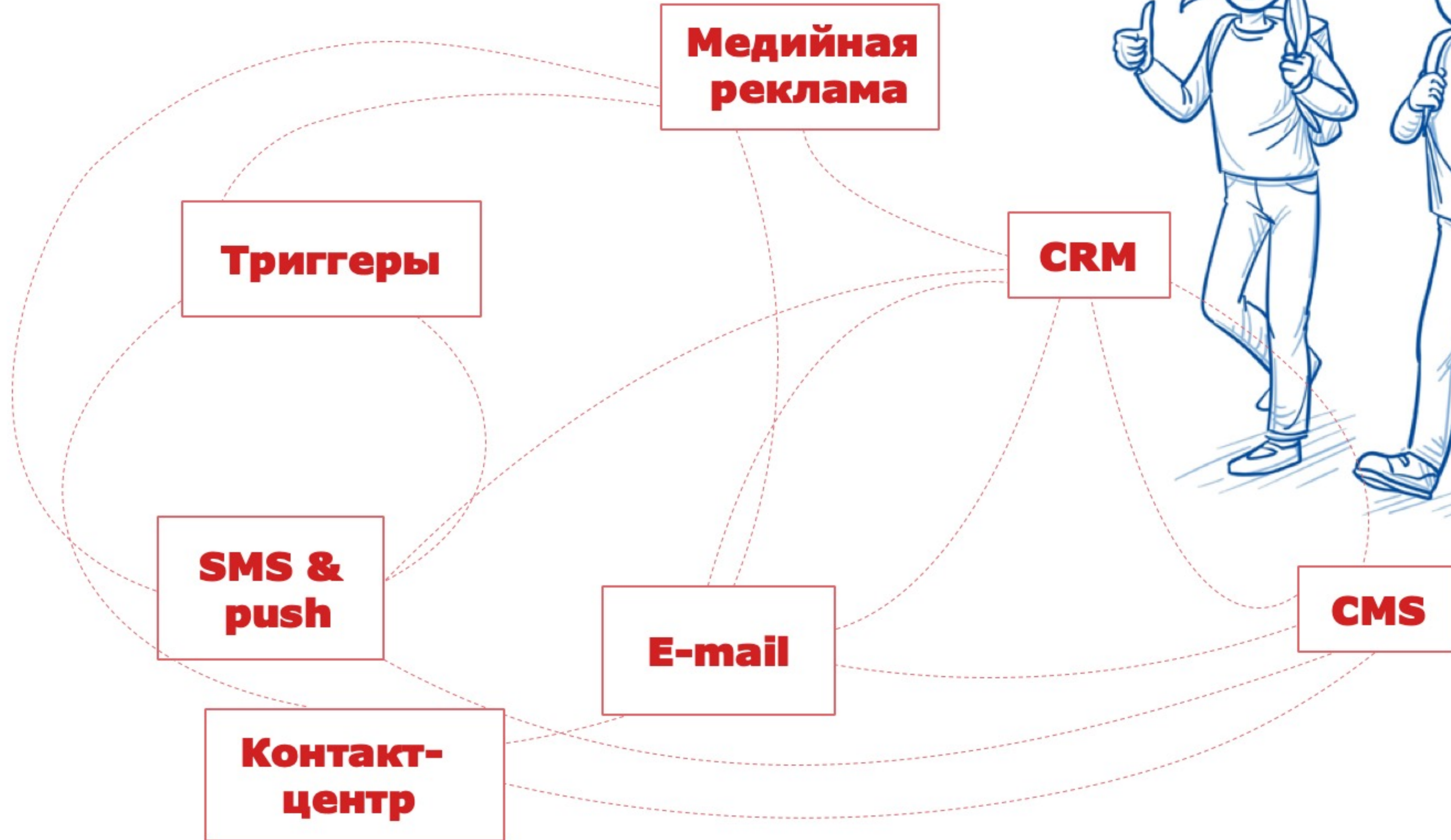
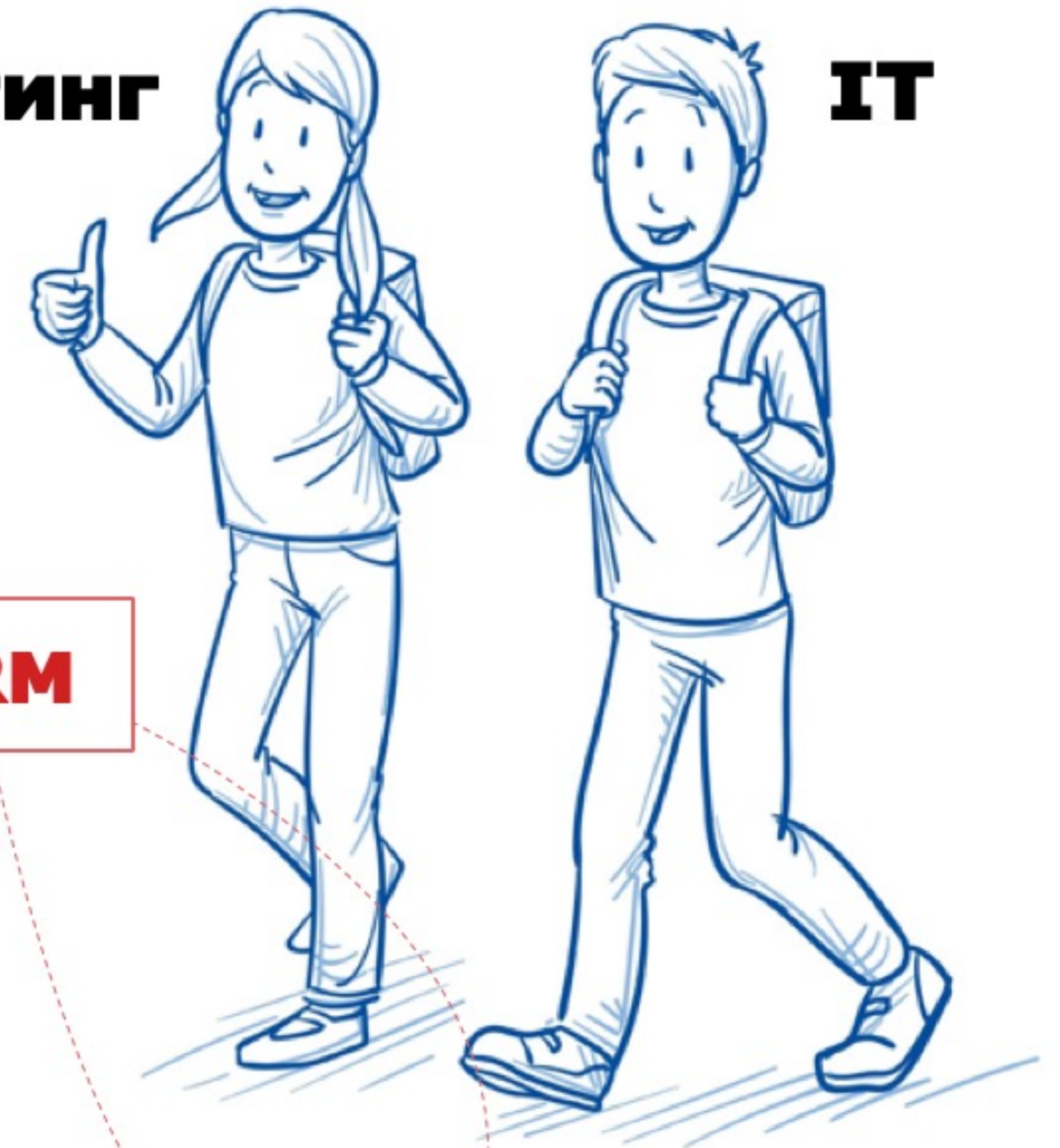
CMS

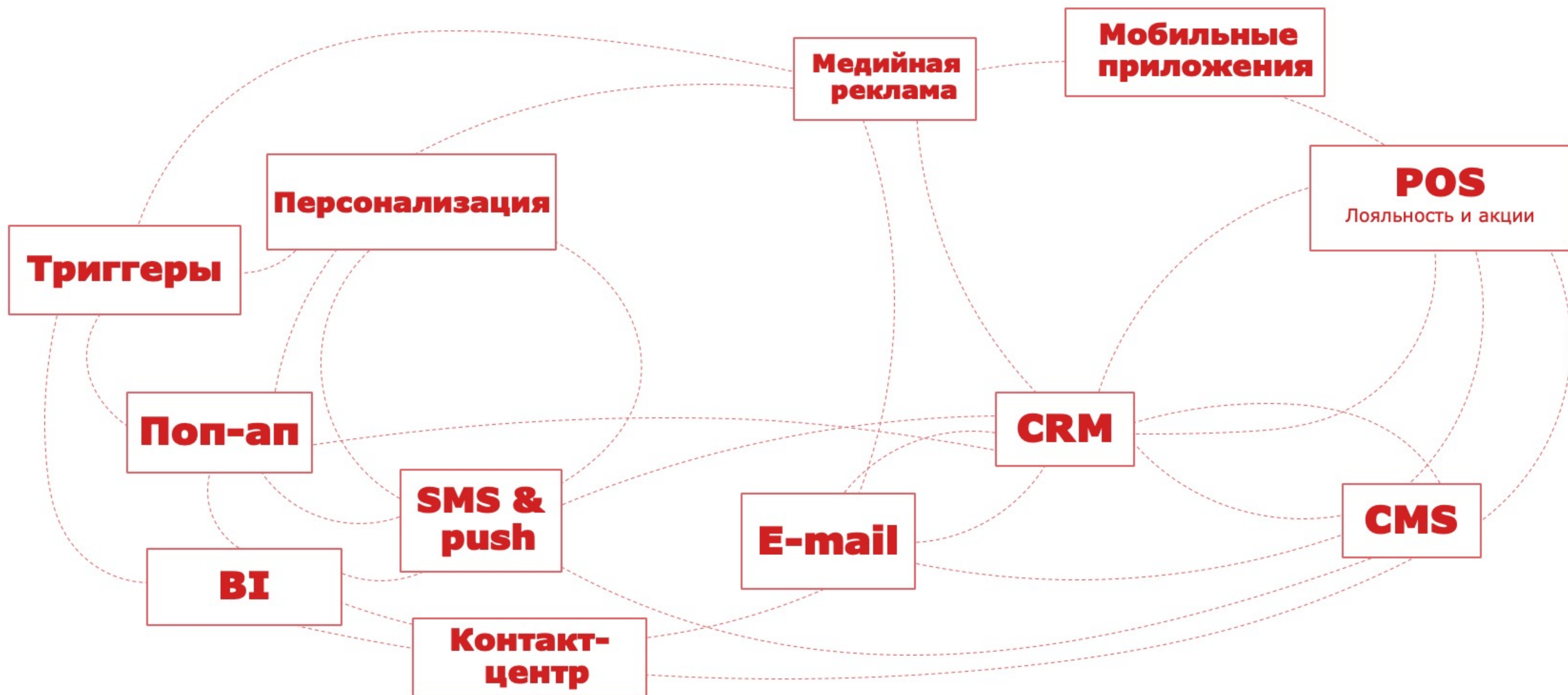


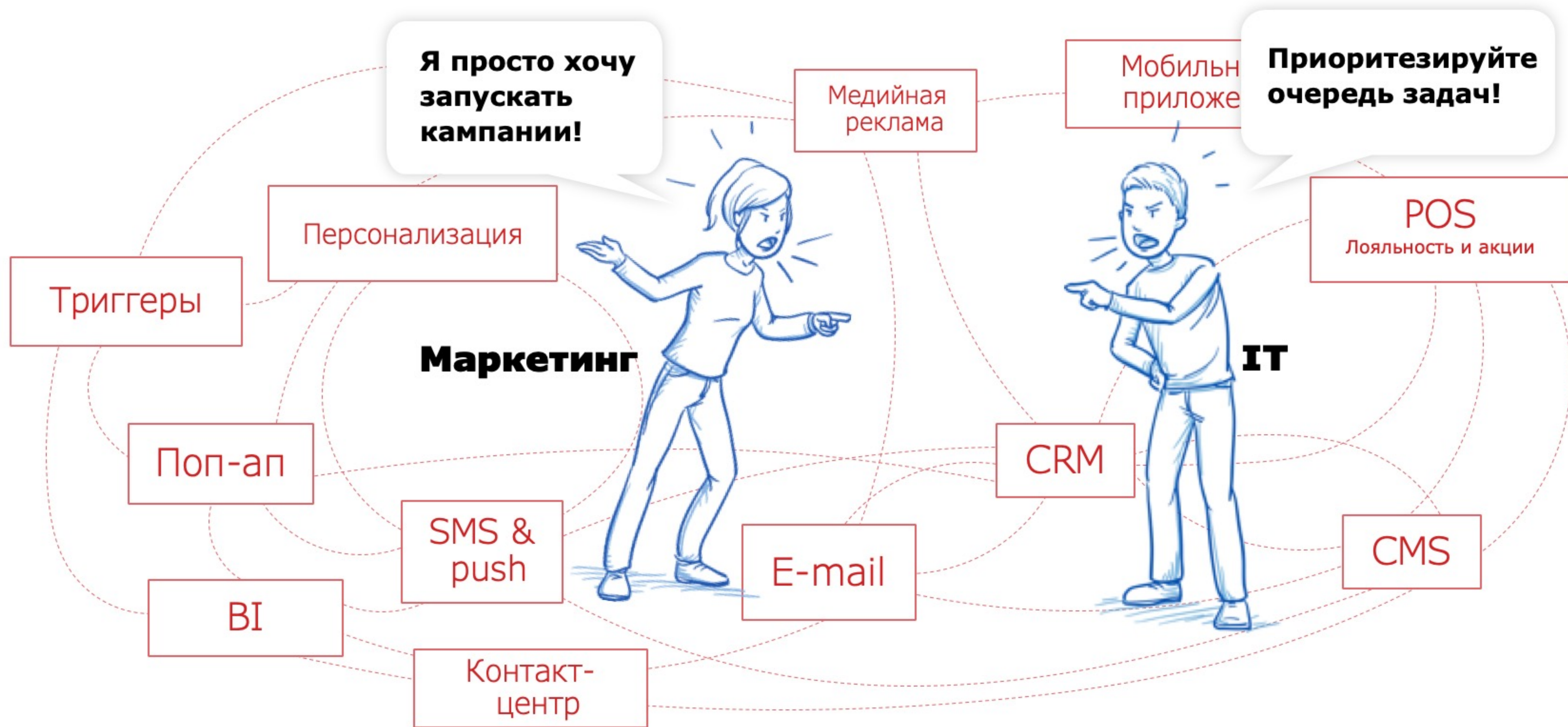
E-mail

Маркетинг

IT







Интеграционный хаос

счастливы ВСЕ

Маркетолог

ИТ

Клиенты

Собственник



Инсайт

Если у вас не откликнулось,
у вас такого нет и не болит —
вам **не нужна** автоматизация.

Идите пить кофе...





**Окей, Гугл, болит!
Помоги навести
порядок.**



Source: <https://chiefmartec.com/2019/04/marketing-technology-landscape-supergraphic-2019/>



Чек-лист

- Цель внедрения
- Сценарии работы
- Окупаемость



Чек-лист

- **Цель внедрения**
- Сценарии работы
- Окупаемость

Цель внедрения:

Чтобы что?

Хорошая цель?



**Хотим увеличить
выручку / сократить
издержки**



**Давайте
уволим
уборщицу?**

Хорошая цель?



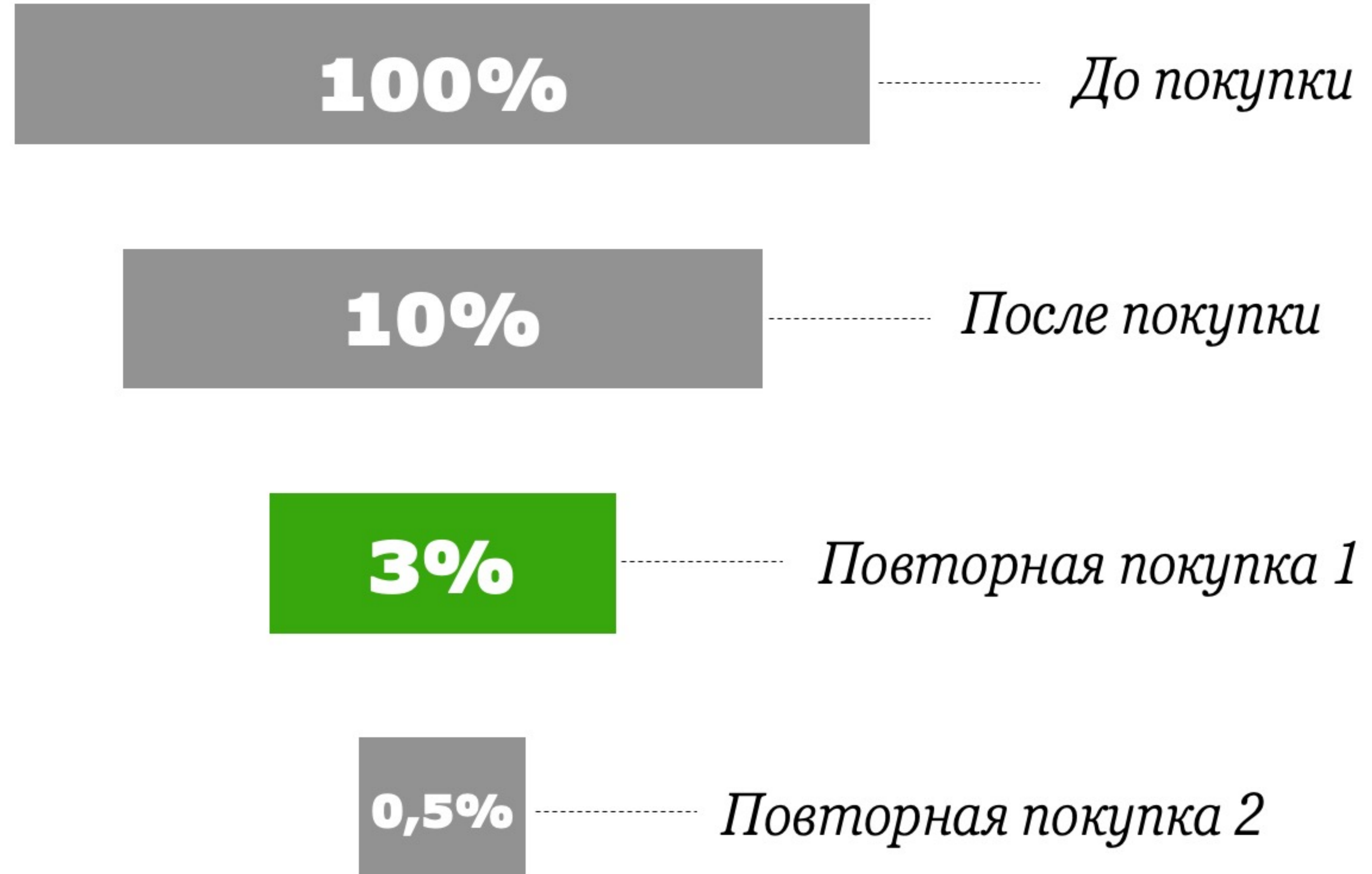
**Хочу увеличить выручку
на 10% за 6 месяцев за
счет запуска 30 новых
триггерных сценариев с
учетом сегмента клиента**

Хорошая цель?



**Что и на сколько
должно измениться
после внедрения**

Ваша воронка



Спросите себя:

**Я могу это
быстро поменять
своими текущими
инструментами**





Чек-лист

- Цель внедрения
- **Сценарии работы**
- Окупаемость



Удобно?

издательство
МАНН, ИВАНОВ И ФЕРБЕР

Механика:
**повторные
покупки**



**Вам скидка
на KUMON**

Здравствуйте!

Пришло время — время... выбрать новую тетрадь KUMON.
Надеемся, вы уже закончили заниматься по предыдущей.

Механика:

**повторные
покупки**



Корм
для кота



Крем



Товары
для малышей

Механика напоминания о покупке



Механика
напоминания
о покупке

Собрать сегмент

Настроить триггер

Проверить офлайн

Сверстать шаблон

Когда **не** смотрел демку



Ожидания

Когда **не** смотрел демку



Ожидания



Реальность

Выбираем софт:

~~Презентация~~

~~Сравнительная табличка~~

Демо-проект



Чек-лист

- Цель внедрения
- Сценарии работы
- **Окупаемость**

3. Окупаемость

$$\text{Доп. прибыль} + \text{Экономия} - \text{Цена технологии} = \text{PROFIT}$$

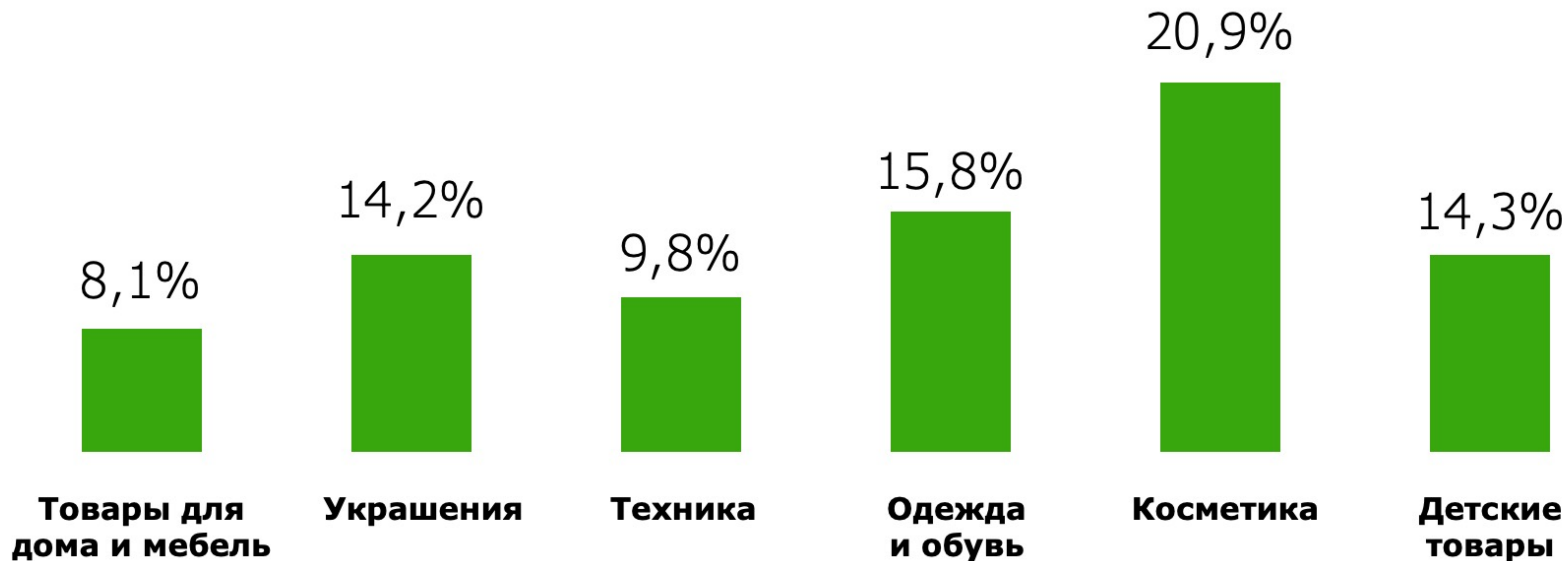
3. Окупаемость

$$\text{Доп. прибыль} + \text{Экономия} - \text{Цена технологии} = \text{PROFIT}$$

А как посчитать?

Автоматизация маркетинга

+10,3% к выручке*



* медианное значение по нашим клиентам

3. Окупаемость

$$\text{Доп. прибыль} + \text{Экономия} - \text{Цена технологии} = \text{PROFIT}$$

На чём?

Экономия

- Время ИТ
- Время маркетинга
- Замена технологий
- Оптимизация каналов коммуникации
- Не выданные скидки

3. Окупаемость

$$\text{Доп. прибыль} + \text{Экономия} - \text{Цена технологии} = \text{PROFIT}$$

Вместо

резюме

**Если не болит,
то вам ничего**



менять

Если дел много, а толку нет — **пора** автоматизировать

- Цель внедрения
- Сценарии работы
- Окупаемость

Калькулятор окупаемости



Выбор инструмента



Автоматизация
маркетинговых
коммуникаций

КАК ВЫБРАТЬ ТЕХНОЛОГИЮ?

Ксения Тимошкова

mindbox

