

Как написать письмо для email рассылки

Простые советы по контенту писем от EmailSoldiers

EMAIL SOLDIERS

Подготовка

Цель письма

Прежде чем готовить рассылку, вы должны понять, зачем вы её делаете и чего хотите с помощью неё добиться. Сформулируйте цель в виде утверждения, которое отвечает на вопрос «Что я хочу, чтобы читатель сделал после прочтения рассылки?»

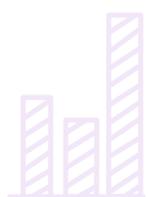
Цель поможет вам в последующих решениях: какую тему написать, какое целевое действие добавить, о чём говорить в тексте письма.

Если у вас нет чёткой цели, то, пожалуй, не стоит делать рассылку.

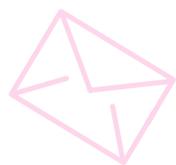
Интерес читателей

Все усилия по красивому дизайну, выверенному тексту и тестированию темы письма будут напрасны, если письмо не интересно вашим читателям. Поэтому прежде всего подумайте о получателе — почему он должен захотеть открыть рассылку и выполнить целевое действие? В чём будет его выгода?

Всё письмо должно быть построено с точки зрения того, что полезно и интересно читателю.



EMAIL SOLDIERS
агентство цифровых коммуникаций



Тема письма

Формулировка темы письма

Бегло взглянув на тему, получатель понимает, о чём пойдёт речь в письме, и решает, уделить ли ему своё внимание. Уже в теме отобразите выгоды, которые получит подписчик, открыв письмо.

Есть много советов о том, как написать хорошую тему письма, существуют разные техники и приёмы копирайтинга. Но важно соблюсти грань между темой, привлекающей внимание, и похожей на спам:

Спам

Работая 2 часа в сутки, получаешь от 3000 рублей

Заработать смогут все! Попробуйте и вы!

У вас сутки, чтобы забрать миллион рублей!

Привлекает внимание

Десятиклассник рассказал, как заработал \$19000 на игре

Розыгрыш призов в разгаре! Подключайтесь!

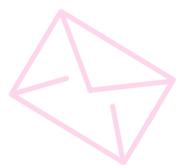
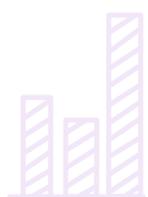
24 часа скидок до 80% на всё. Отсчёт пошёл!

Из таблицы видно, что грань между спамом и кричащей темой очень тонкая. И всё же интуитивно мы понимаем, где нас хотят обмануть:

Спекуляции на стремлении к халяве — признак спамной темы. В спамных темах предлагают заработать быстро и не вставая с дивана.

Отсутствие конкретики тоже обычно смахивает на спам: «работая 2 часа в сутки, получаешь от 3000 рублей». От 3 тысяч рублей в — стесняюсь спросить — день или неделю?

Спам никто не ждёт. И это самое главное отличие спама от не спама. Одна и та же тема письма может выглядеть как нормальная и как спамная в зависимости от того, как читатель относится к отправителю. Если подписчик с удовольствием читает вашу рассылку уже долгое время, он благосклонно отнесётся к письму с темой «Скорее, мы раздаём призы всем читателям!». Если же отправитель ему не известен, подписчик, скорее всего, окажется недоволен.



Тема письма

Количество знаков

Для десктопа — 50 — 60 знаков

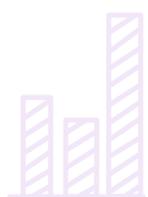
Для мобильных — 30 — 40 знаков

Из аналитики сервиса рассылок можно узнать пропорцию между использованием мобильных и настольных почтовых клиентов. Если видите, что с мобильных открывают много, ориентируйтесь на 30-40 знаков в теме письма. Но не волнуйтесь особенно по поводу количества знаков — ничего страшного, если их будет больше.

Анонс письма (прехедер)

Анонс письма показывается сразу после темы. Он должен служить продолжением темы или, по крайней мере, быть с ним связан. Если прехедер не задан, то почтовый клиент составит его автоматически из первых слов письма, а это не всегда уместно.

<input type="checkbox"/>	Geoffrey from Inside Int.	Don't let your signups slip away – this week on Inside Intercom - Hey there, So you've got your customers to sign up to a free trial. Time to s
<input type="checkbox"/>	Lamoda	👉Дополнительно -45% для ПОДПИСЧИКОВ! Ваше счастливое письмо 🌿❤️ - А также летняя распродажа MANGO! Онлайн-версия
<input type="checkbox"/>	Rachael, HubSpot User BI.	Building a Successful Team Using HubSpot Academy [Customer Story] - New articles from the Academy blog for HubSpot users. A Blog for



EMAIL SOLDIERS
агентство цифровых коммуникаций



Содержимое письма

Человеческий язык

Чем больше текст рассылки похож на объявление от ЖКХ, тем меньше у неё шансов на прочтение: «Уважаемые жильцы, уведомляем Вас, что в связи с необходимостью увеличения срока ремонтных работ на водоканале отключение горячей воды будет продлено до 14 июля 2017 года».

Плохо

Возврат средств будет произведён в течение трёх дней

Следуя простым правилам безопасности, вы можете быть уверены в сохранности своих средств

Хорошо

Вернём деньги в течение трёх дней

Если соблюдать меры безопасности, ваши деньги не попадут к мошенникам

Чтобы увидеть больше таких примеров, подпишитесь на [твиттер Людмилы Сарычевой](#), где она исправляет громоздкие канцелярские конструкции на более человеческие.

Простые универсальные правила помогут вам писать по-человечески:

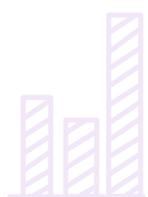
избегайте страдательного залога (будет произведён перерасчёт → перерассчитаем);

избегайте деепричастных и причастных оборотов;

избегайте слишком сложно построенных предложений — разбивайте их на несколько простых;

заменяйте казённые слова на такие, которые вы используете в обычном общении: вместо «данный» — «этот», вместо «в виду» — «из-за», вместо «по причине» — «потому что».

Хороший приём — когда пишете текст, представьте, что обращаетесь к старому знакомому, тогда и текст будет живой.



Содержимое письма

Ожидаемый тон общения

При взаимодействии с вашей компанией клиент привыкает к тому, как вы с ним общаетесь. Сбербанк не может писать в рассылке «Всем привет», а какой-нибудь молодёжный банк для хипстеров — вполне.

Тон общения вашей компании с клиентами должен быть везде одинаковым: в рассылках, в пресс-релизах, в блоге компании, в рекламных кампаниях.

Абзацы

Разбивайте текст на абзацы. Какое из этих писем читается проще?



Здравствуйте!

Это письмо создано специально для того, чтобы показать, как неприятно читать тексты, не разбитые на абзацы, как пугающе они выглядят, как тяжело вглядываться в плотно нагроможденные строчки, как трудно уловить суть. Разбивка на абзацы в 2017-м — это не просто блажь, это необходимость. Мы много общаемся по электронной почте и часто читаем письма на ходу. Когда текст письма выглядит, как комок из букв, невозможно быстро уловить его суть, процесс чтения замедляется, приходится откладывать прочтение и ответ на потом.

А представляете, как усложняется копирование отдельных предложений? Ведь иногда надо скопировать часть текста, чтобы ответить только на неё. Если текст не разбит на абзацы, «прицел» сильно усложняется. Разделяя содержимое письма на смысловые отрывки, вы делаете его приятным для чтения, повышаете вероятность, что получатель прочтёт и поймёт письмо, да и просто выглядите культурным человеком. Абзацы — это как есть вилкой и ножом, как вставать, когда в помещение входит женщина, как уступать место в троллейбусе, как купаться в озере голым (ой, простите, это не отсюда). В общем, попробуйте сами и вы увидите, как простая разбивка на абзацы делает ваше письмо лучше.



Здравствуйте!

Это письмо создано специально для того, чтобы показать, как приятно читать тексты, разбитые на абзацы, как аккуратно они выглядят, как быстро улавливается суть такого текста и как ускоряется чтение.

Разбивка на абзацы в 2017-м — это не просто блажь, это необходимость. Мы много общаемся по электронной почте и часто читаем письма на ходу. Когда текст письма выглядит, как комок из букв, невозможно быстро уловить его суть, процесс чтения замедляется, приходится откладывать прочтение и ответ на потом.

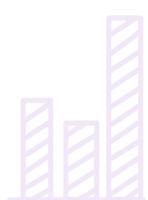
А представляете, как усложняется копирование отдельных предложений? Ведь иногда надо скопировать часть текста, чтобы ответить только на неё. Если текст не разбит на абзацы, «прицел» сильно усложняется.

Разделяя содержимое письма на смысловые отрывки, вы делаете его приятным для чтения, повышаете вероятность, что получатель прочтёт и поймёт письмо, да и просто выглядите культурным человеком.

Абзацы — это как есть вилкой и ножом, как вставать, когда в помещение входит женщина, как уступать место в троллейбусе, как купаться в озере голым (ой, простите, это не отсюда).

В общем, попробуйте сами и вы убедитесь, как простая разбивка на абзацы делает ваше письмо лучше.

Абзацы помогают быстро схватить суть письма и ускоряют чтение, в то время как длинные простыни текста отпугивают уже одним своим видом.



Содержимое письма

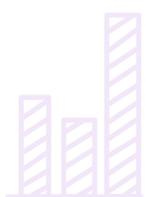
Оформление текста

Забудьте про «креатив» и «так повеселее». Читать оранжевые, синие, фиолетовые буквы сложно. Вы же хотите, чтобы ваше письмо прочитали? Тогда пишите чёрным по белому. Или позовите на помощь дизайнера, который знает, как использовать цвета.

Подпись

Подпись используется для двух целей: а) добавить письму ощущение личного контакта; б) дать получателям информацию для связи с отправителем.

Если текст написан сухим канцелярским языком, но в конце вы добавили подпись гендиректора с его фотографией, это не сделает письмо более личным. Пишите так, будто обращаетесь к одному конкретному человеку, тогда подпись будет выглядеть органично.



Призыв к действию

Призыв к действию — элемент в письме или на веб-странице, который ведёт пользователя к целевому действию. Чаще всего это кнопка или ссылка: «применить промокод», «прочитать статью», «зарегистрироваться».

Количество призывов к действию

Как и цель письма, призыв к действию должен быть единственным и соответствовать цели. Много призывов к действию усложняют выбор, и читатель может решить не выбирать вообще.

Размещение

Нет эффективного и не эффективного места для призыва к действию, есть только то, которое удачно для вашей конкретной рассылки для ваших читателей в вашем макете.

Во-первых, всё зависит от интереса подписчика к контенту письма. Ему без разницы, где тыкнуть в кнопку, если он с удовольствием читает ваши рассылки.

Во-вторых, нужно действовать логически. Если суть письма ясна без пролистывания, поместите кнопку в начале. Если важно, чтобы получатель сначала прочитал, а потом кликнул, кнопка должна быть внизу.

В-третьих, попробуйте разные варианты, проверьте, есть ли достоверные различия в эффективности при разном расположении призыва к действию. Ориентируйтесь не на клики, а на конечную цель — продажи, подписки, регистрации на сайте. Много кликов могут оказаться случайными, покупки — нет.

Внешний вид

Призыв к действию должен быть заметен, а его кликабельность — очевидна: если ссылка, то подчёркнута и с эффектом наведения, если кнопка, то выглядит как кнопка, на которую можно нажать, а не как декоративный элемент письма.



EMAIL SOLDIERS
агентство цифровых коммуникаций



Подвал

Если в письме не будет ссылки «отписаться», то письма попадут в спам. Также в футере можно добавить ссылки на соцсети (на них почти никто не кликает) и напомнить, почему человек получил письмо, вроде: «Вы получили это письмо, потому что подписались на рассылку EmailSoldiers».



EMAIL SOLDIERS
агентство цифровых коммуникаций



Нужна помощь с письмами?

Обращайтесь к нам: manager@emailsoldiers.ru

EMAIL SOLDIERS