

## **ЕФЕКТИВНІСТЬ EMAIL РОЗСИЛОК**

Конкіна В.А.

Науковий керівник – ас. каф. «Маркетингу» канд. екон. наук Златова І.О.

Сьогодні для малого і середнього бізнесу e-mail-маркетинг - це майже безкоштовний інструмент для просування свого бізнесу в інтернеті, утримання та повернення клієнтів, збільшення продажів. За статистикою в інтернет-бізнесі сьогодні майже 50% продажів відбувається завдяки e-mail-маркетингу. [1]

Розглянемо різні визначення терміну e-mail розсилок:

1. Розсилка електронної пошти - засіб масової комунікації, групового спілкування і реклами, один з інструментів Інтернет-маркетингу. Полягає в автоматизованій розсилці повідомлень електронної пошти групі адресатів за заздалегідь складеним списком.
2. E-mail розсилка - це лист з інформацією, яка відправляється якійсь кількості користувачів одночасно.
3. E-mail розсилка - це доставка конкретної інформації конкретним одержувачам по електронній пошті.
4. E-mail розсилка - це один з найефективніших каналів роботи з клієнтами. [2]

Сучасні споживачі не відкривають e-mail листи через наплив спаму. Відсоток відкриття листів в середньому складає 50%. Після відкриття листа відсоток переходу на сайт не перевищує 10% ( в залежності від сфери діяльності компанії). 4-5% споживачів із списку розсилки здійснять покупку на сайті. Окрім того, e-mail розсилка забезпечує:

1. збільшення рівня конверсії;
2. збільшення кількості повторних продажів;
3. отримання зворотного зв'язку;
4. інформування про актуальні акції та новинки компанії.

Ефективність e-mail розсилок: в наш час інтернету і соціальних мереж e-mail розсилка має велике значення, а значить ефективна, все більше і більше людей роблять покупки через інтернет, так як це дешевше і швидше, а e-mail розсилки їм в цьому допомагають. [3]

Сервіси e-mail розсилок допомагають підвищити ефективність та охопити велику за обсягом базу даних клієнтів з оптимальною частотою надсилання листів.

Переваги що забезпечують сервіси е-mailрозсилки:

- прості інструменти дозволяють розробляти ексклюзивні та надсилати шаблонні формати листів для чого не потрібно бути експертом з програмування та знати HTML-код;
- інструменти е-mail розсилок дозволяють уникнути спам-фільтрів;
- інструменти відстежування показують скільки людей проігнорувало, відкрило та відреагувало на листа;
- інструменти персоналізації дозволяють динамічно змінювати контент з урахуванням індивідуальних даних клієнта.[4]

Зараз все більше людей купують товари через інтернет, більшість підприємств знаючи це запускають інтернет сайти своїх магазинів, е-mail розсилки допомагають як підприємствам так і споживачам, так як у підприємств збільшується база даних клієнтів, а у споживачів з'явилася хороша можливість купити товар швидко і дешево.

Список використаних інтернет ресурсів:

1. Кравченко Ю. Насколько эффективен e-mail-маркетинг? [Електронний ресурс] / Юрий Кравченко // CRN/RE («ИТ-бизнес»). – 2014. – Режим доступа до ресурсу: <http://www.crn.ru/news/detail.php?ID=94397>.
2. Кривошеев И. В. E-mail рассылка [Електронний ресурс] / Илья Владимирович Кривошеев // neumeка.ru. – 2016. – Режим доступа до ресурсу: <http://www.neumeка.ru/rassylka.html>.
3. Фоминых С. Email рассылка писем — источник пассивного дохода [Електронний ресурс] / Сергей Фоминых // Свой БИЗНЕС. – 2013. – Режим доступа до ресурсу: <http://business-poisk.com/email-rassylka.html>.
4. Ryan.D. Understanding digital marketing / D. Ryan, C. Jones. – London, 2009 –(Typesetting Ltd.)