

Терминология E-mail Marketing - 2025

List size - Броят на активни имейл адреси в нашата база данни.

Open Rate - процентът от хората, които са отворили вашия имейл, спрямо всички изпратени имейли от кампанията (пр. изпращаме имейл на 100 човека, от тях 23-ма го отварят, съответно Open rate-а ще бъде 23%).

Click-per-Open (Click-Through-Rate) - Броят души, които след отваряне на имейла са кликнули върху някой линк. Измерва се в %.

Conversion Rate - Хората, които са извършили желано действие/ са конвертирали (покупка, регистрация и др.) като процент от тези, които са кликнули върху линк във вашия имейл (т.е. да отиде на целева страница).

Landing Page - страницата, на която изпращаме хората (през линкове) чрез нашия имейл.

Bounce Rate - процент на недоставените имейли.

- Soft Bounce - недоставени имейли поради временен проблем, като например препълнена пощенска кутия или временно недостъпен сървър.
- Hard Bounce - причината имейлът да не е доставен е по-сериозна; пр. грешен или несъществуващ имейл адрес на потребителя или блокиран имейл адрес.

Flow (Автоматизации) - последователност от имейли, които се изпращат на базата на определени условия, които вие поставяте предварително (пр. при записване за нюзлетър автоматично се изпраща имейл за благодарност; използва се и при изоставена количка).

List - статичен списък, който се пълни от формуляр или контакти, които вие директно качвате.

Segment - динамичен лист, който се създава на базата на даден първоначален лист и чрез дадени условия сегментирате определена част от аудиторията.

KPI (key performance indicator) - основните индикатори, чрез които определяте представянето на имейл кампанията.