

Добрый день, дорогие участники премии CRM Awards!

Направьте, пожалуйста, заявку на почту: julia@mailfit.com. Тема письма формируется по принципу: CRM Awards — Заявка на участие от «Котят». Обязательно дождитесь подтверждения в ответном письме и номер зафиксированной заявки. **Для каждой номинации — отдельное письмо.**

Бриф на заявку на премию CRM Awards

Качественно оформленные заявки повышают шансы на успех. Очень важно емко презентовать вашу работу, чтобы жюри по достоинству оценили коммуникацию. Чем больше данных вы предоставляете — тем больше шансов на высокую оценку. Важно: тексты заявок мы не редактируем, только вычитываем на ошибки. Если будет много контента — можем попросить сократить объемы. Вносить изменения в ваши заявки можно до конца приема, написав на почту.

Напишите коротко о проекте

Например: «Котята» — онлайн-магазин мурлыканья, предлагающий звуки кошачьего мурчания для бизнеса и частных клиентов. B2B- и B2C-решения — для атмосферы тепла и комфорта.

Не стоит писать длинные тексты — нужно только общее понимание бизнеса.

Опишите CRM-коммуникации вашей компании

Например: CRM-маркетинг компании «Котята» включает регулярные и триггерные рассылки с целью продвижения услуг — звуков кошачьего мурлыканья.

Здесь нам важно понимать, с какими каналами вы работаете и какая у вас структура коммуникаций — краткое описание.

Расскажите, в какую номинацию подаете макет, и обозначьте ключевые метрики

Самый важный пункт!

Например: в номинацию № 1 «Креативный праздничный макет» подаем макет письма-поздравления с днём рождения котика, предлагающий три бесплатных мурлыканья. Конверсия кампании выше регулярных промо на 150 000 п. п. Нам удалось этого добиться за счет внедрения блока персонализированных рекомендаций мурчания. Также по итогам тестов определили нужный уровень персонализации.

Обязательно прописывайте метрики успеха. Фиксируем рост и улучшения в сравнении со «старыми» коммуникациями или средними показателями. **Очень важно прописать гипотезу или результаты тестов**, за счет чего вы получили рост — что стало драйвером.

Номинации

- 01 Креативный праздничный макет
- 02 Креативное письмо
- 03 Товарное письмо
- 04 Контентное письмо или дайджест
- 05 AMP-письмо
- 06 Креативный/ситуативный пуш

Приложите несколько типовых коммуникаций бренда

Буквально 2–3 примера ваших обычных имейл-рассылок (или пуш-уведомлений в случае номинации «Креативный/ситуативный пуш»), чтобы была полная картина: как вы обычно общаетесь с клиентами, какой используете дизайн и контент-код. Опишите, чем коммуникация, отправленная на премию, отличается (или совпадает) с обычными письмами.

Например: обычно рассылки бренда «Котятa» информируют о новых звуках мурчания и сопровождаются статичными изображениями и текстом. В коммуникации, отправленной на премию, применены GIF-анимации с котятaми, персонализированное обращение по имени питомца и мини-игра, которая вовлекает и усиливает эмоциональную связь с брендом. Такой подход делает рассылку более заметной и увлекательной по сравнению с регулярными письмами.

Опишите целевую аудиторию получателей

Например: целевая аудитория — все зарегистрированные котики, указавшие дату рождения в личном кабинете.

Если коммуникация уходила на всю базу, то кратко опишите вашу ЦА.

Расскажите, кто участвовал в реализации и какие инструменты использовались

Например: макет разрабатывался внутренней командой бренда «Котятa» с использованием конструктора писем Letteros. В коммуникации применены GIF-анимация и игровая механика для более увлекательной подачи спецпредложения.

Рекомендуем бОльшее внимание здесь уделить именно инструментам.

Опишите особенности отрасли и продукта

Например: особенность «Котят» — уникальность продукта: каждый кошачий звук создаётся вручную и индивидуально под клиента. Это товар категории «премиум-мур» с высокой ценностью и длительным циклом сделки, что требует особого подхода к коммуникации и донесения уникальности предложения.

Этот пункт тоже крайне важен для оценки вашей коммуникации. Специфика, отрасль и особые категории товаров часто вносят свои коррективы.

Ссылка на макет: *здесь можно приложить фигму или ссылку на картинку*

Ссылка на веб-версию: *в идеале захостить отдельно — не прикладывайте стандартную ссылку на веб-версию после отправки коммуникации*

Текст пуш-уведомления: *да-да, тут нужен именно текст — не скриншот, и если у пуша была картинка, то приложите ее отдельно*

Ссылка на типовые макеты и коммуникации бренда (не участвующие в номинации): *здесь можно приложить фигму или ссылку на картинку*

А еще расскажите, как вас зовут, какая у вас должность, и не забудьте оставить свой Телеграм для оперативной связи.

И-и-и-и — желаем удачи!

По любым вопросам всегда можно писать в тг: @jploskonosova