

	Материал подготовлен CRM-командой IT-Agency						
	Задать вопросы и получить консультацию: <a href="mailto:sales@it-agency.ru">sales@it-agency.ru</a>						
	Что ваш бизнес может с помощью CRM-маркетинга: <a href="https://ita.bz/cases-crm">https://ita.bz/cases-crm</a>						
Канал	Какие задачи решает	Стоимость	Разнообразие контента	С какими клиентами работает	Ресурсы для реализации	Главное преимущество	Главный недостаток
Эмейл	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Рассказывает о продуктах/услугах/сервисах;</li> <li>— сообщает об изменениях;</li> <li>— информирует о выгодных предложениях;</li> <li>— уведомляет о статусе заказов;</li> <li>— реактивирует ушедших клиентов</li> </ul>	Если отправлять через сервер компании — относительно бесплатно (отдельные письма не тарифицируются). Если использовать сервис рассылки, зависит от объема базы: большая база – выше тариф	Текст, картинки, видео, интерактивные элементы и т.д. Количество символов в теме не должно превышать 140, объем тела письма – до 100 кб, чтобы не переходить в веб-версию просмотра	Уже существующие в базе	Сформированный емейл требует много ресурсов (придумать, написать, оформить и т.д.)	Высокий ROI (в среднем 3,5 тыс. руб. на каждые затраченные 100 руб.)	Низкий OR относительно других каналов (самый высокий OR, всего 23%, в сфере недвижимости)
СМС	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Быстро информирует пользователя;</li> <li>— напоминает о мероприятиях;</li> <li>— уведомляет о выгодных предложениях, распродажах;</li> <li>— сообщает статус заказа;</li> <li>— запрашивает обратную связь</li> </ul>	От 3 руб. за сообщение	Только текст (до 70 символов на кириллице в 1 сообщении)	Все, кто указал номер телефона	Достаточно придумать и отправить текст	Наиболее высокий OR (приблизительно 90% сразу после получения)	Самый дорогой среди каналов коммуникаций
Веб-пуши	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Быстро информирует пользователя;</li> <li>— возвращает пользователя на сайт для завершения действия;</li> <li>— сообщает статус заказа или оплаты;</li> <li>— рассказывает о специальных предложениях</li> </ul>	Низкая стоимость, практически бесплатно (отдельные пуши не тарифицируются)	Текст и картинки. В среднем 40 символов для заголовка и 80 символов для сообщения	Все, кто подтвердил получение уведомлений в браузере	Достаточно придумать и отправить текст	Высокая скорость взаимодействия с клиентом	Высокий процент отказов и сопротивление браузеров
Мобильные пуши	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Быстро информирует пользователя;</li> <li>— возвращает пользователя в приложение для завершения действия;</li> <li>— сообщает статус заказа или оплаты;</li> <li>— рассказывает о специальных предложениях</li> </ul>	Низкая стоимость, практически бесплатно (отдельные пуши не тарифицируются)	Текст, кнопки и картинки. 60–300 символов для текста. Картинка, 1-3 кнопки. Обязательно нужно добавлять диллинки.	Все, кто скачал приложение и подтвердил получение уведомлений в настройках устройства	Учитывая добавление диллинков и возможность использовать картинки и кнопки, ресурсов требуется больше, чем при создании веб-пушей	Лояльная аудитория (пользователи приложения)	Высокая конкуренция экранного времени
Мессенджеры	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Напрямую взаимодействует с пользователями;</li> <li>— отправляет уведомления о встречах;</li> <li>— напоминает о статусе заказа;</li> <li>— собирает контакты</li> </ul>	Зависит от мессенджера, но дешевле СМС и дороже относительно бесплатных каналов.  Стоимость шаблонных сообщений WhatsApp на 1024 символа — 4-11 руб. (зависит от типа сообщения); Viber for Business — работает по минимальной месячной абонетской плате (€150 в месяц для Беларуси, Болгарии, Греции, Венгрии, Ирака, Молдовы, России, Украины и €100 в месяц для остальных стран). Telegram — отдельные сообщения не тарифицируются, т.к. создается бот или канал. Цена зависит от сервиса рассылки и количества человек в базе (до 10 тыс. руб.)	Текст, картинки, видео, аудио, GIF-анимации, кнопки в одном или нескольких сообщениях. Зависит от цели чат-бота и платформы, на которой он создан	Все пользователи мессенджеров	При наличии аккаунта и пройденной верификации достаточно придумать и отправить пост/сообщение. Если аккаунт отсутствует, требуется дополнительный ресурс для настройки мессенджера	Быстрая обратная связь	Сложность контроля рассылок и непрозрачность реального процента доставок
Чат-боты	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Снимает нагрузку с отдела продаж и техподдержки;</li> <li>— собирает контакты;</li> <li>— отвечает на вопросы пользователей;</li> <li>— принимает оплаты и собирает заказы;</li> <li>— регистрирует на вебинары;</li> <li>— делает рассылки на различные темы;</li> <li>— собирает обратную связь</li> </ul>	Зависит от сервиса, тарифа и количества пользователей в чат-боте	Текст, картинки, видео, аудио, GIF-анимации, кнопки в одном или нескольких сообщениях. Зависит от цели чат-бота и платформы, на которой он создан	Все, кто попал в чат-бот	Требует много ресурсов (нужен анализ всего пути с пользователем, собрать типичные вопросы, продумать схему самого бота, настроить бот на сервисе и т.д.)	Позволяет автоматизировать коммуникации	Есть ограничения в зависимости от мессенджера, где используется чат-бот (ВКонтакте и в Телеграме диалог может начать только пользователь)