

Как создать цепляющую тему email-письма — 10 Советов

Email-рассылка все еще является одним из эффективнейших каналов продаж. Как вы помните, я уже рассказывал вам о секретах [набора подписной базы](#). В этой статье я бы хотел поведать вам о приемах, которые я практикую при создании тем писем для моих подписчиков.

Насколько важно уметь писать цепляющие темы писем? Убийственно важно. Тема письма — это первое, что видит читатель. Именно от нее зависит, захочет ли подписчик открыть письмо и перейти по ссылке.

Написав заголовок я потратил 80 центов из каждого отпущенного мне рекламного доллара. Дэвид Огилви

Отец рекламы хоть и говорил о заголовках, но темы письма по сути выполняют ту же роль. Подробнее о секретах создания работающих тем читайте ниже. Я их сформулировал в виде 10 правил.

1. Не спамьте

Один из самых неудачных сценариев — отправка фильтрами вашего письма в папку спам. Спам фильтры могут срабатывать по разным причинам, но самая частая — это включение в тему вашего письма и в ее содержание спам слов.

Так что же именно не стоит упоминать в вашей рассылке?

Во-первых, избегайте в теме письма писать все слова заглавными буквами.

Во-вторых, избегайте самих спам слов. К ним относятся: бесплатно, новинка, работа, скачай, купи. При этом упоминание этих слов в содержании не так страшно как в теме письма.

В-третьих, злоупотребление знаками препинания, в частности — восклицательными знаками.

2. Краткость — сестра таланта и кликабельности

Большинство исследований подтверждают тот факт, что идеальный размер темы письма варьируется в пределах 5-10 слов. Но все мы знаем, что слова могут быть как длинными, так и короткими.

В связи с этим наиболее удобно вести подсчет в символах. Согласно исследованиям MailerMailer, тема письма не должна выходить за пределы 50 знаков. Иначе открываемость сильно упадет. Подробности на иллюстрации ниже:



Как видно из графика, идеальная тема состоит из 28-39 символов. Письма с такой длиной тем имеют хорошую открываемость и высокие переходы по ссылкам. В то же время самая высокая открываемость — у писем с темами из 4-15 символов, однако, показатели переходов по ним — низкие.

С другой стороны, согласно исследованиям, где-то 40-50% всех писем открываются через мобильные устройства. Самые популярные из них могут отобразить лишь 4-7 слов.

Это подтверждает ту мысль, что идеальная тема письма варьируется в диапазоне 20-35 символов. Старайтесь вписаться в эти пределы. И конечно же, никогда не выходите за рамки 50 знаков.

3. Персонализация

Персонализация тем ваших писем может помочь в повышении их открываемости. Согласитесь, намного приятнее когда к вам обращаются по имени, нежели когда просто что-то рассказывают.

Однако, проведенные исследования дают нам противоречивые факты. В некоторых случаях персонализация тем приводила к повышению их открываемости. А иногда — к понижению.

Так стоит ли персонализировать письма вашей рассылки? Для получения ответа на этот вопрос вам стоит провести тесты и посмотреть на их результаты. Если вы увидите, что письма с персональными темами открываются лучше, то вам следует использовать этот прием.

Однако, для этого вам потребуется знать имена ваших подписчиков. Надеюсь вы включали поле для ввода имени в ваши формы подписки?

Для персонализации писем сервисы рассылок предоставляют специальные теги. Они по сути являются шорткодами. Также на всякий случай советую вам проверить наличие имен у ваших подписчиков. Не то они могут получить сообщение типа: «Я хочу вам, [Ошибка Имени], рассказать о продвижении сайта».

Также персонализация включает в себя не только обращение по имени, но и местопроживание, пол, интересы и историю покупок. Так, если вы знаете местонахождение человека, можете ему отправить следующее письмо: «Сергей, ресторан Итальянская Пицца открылась в вашем городе». Это сообщение имеет больше шансов на отклик чем: «Ресторан Итальянская Пицца теперь еще в 10 городах».

Придумать действенную тему письма с первого раза будет довольно сложно. Придется потратить немного времени и сил на этот процесс. Подробнее об этом — в следующем пункте.

4. Мозговой штурм

Мозговой штурм — это лучший на мой взгляд метод создания эффективной темы письма. Для начала вам нужно взять блокнот и ручку. Затем поставить таймер на 10 минут и постараться придумать как можно больше тем.



После истечения времени нужно завести таймер еще на 10 минут и постараться создать не меньше тем чем в первом раунде. По истечении 20 минут у вас будет несколько десятков вариантов.

Дальше вам нужно выбрать самую удачную, на ваш взгляд. Либо выбрать несколько если вы решили провести сплит-тест.

При подобном мозговом штурме у многих возникают проблемы с креативом. Ниже я бы хотел рассказать вам о том, как вы можете разнообразить ваши темы письма.

1. 🙌 **Эмодзи** могут здорово помочь в привлечении внимания к вашему письму. Особенно с учетом того, что многие люди получают несколько десятков писем ежедневно. Такие символы, как чашка кофе ☕, костер 🔥 или самолет ✈️ способны привлечь внимание даже в окружении десятка писем.
2. Темы письма можно делать не только повествовательного характера, но и в виде просьбы. Многие люди хорошо откликаются на просьбу о помощи. Например, такой вариант особенно удачно подходит при проведении опросов.
3. Использование чисел в теме письма также может положительно сказаться на их открываемости. Это не факт, но можно попробовать и посмотреть результаты.

4. Личные истории очень часто вызывают огромный интерес у пользователей. В теме письма вы можете намекнуть на наличие в содержании какого-то личного опыта или рассказа о каком-то недавно произошедшем событии.

5. Призывы к действию также очень хорошо работают. Например, можно придумать что-то наподобие этого — «Увеличьте трафик сайта вдвое за 7 дней».

Как вы успели заметить к этому моменту, можно придумать десятки, а то и сотни вариаций темы письма. Но как же сделать правильный выбор из такого большого количества вариантов? В этом вам помогут сплит-тесты. О них подробнее в следующем пункте.

5. Сплит-тесты

Сплит-тесты (а/б тесты) являются одним из мощнейших инструментов. С помощью них можно найти самые эффективные темы писем.

Суть сплит-тестов заключается в том, что разные варианты отправляются разным группам подписчиков. Таким образом, выявляются самые эффективные из них.

Например, вы выделяете из своей базы подписчиков две группы по 25% читателей. Получается, вы будете проводить тесты над половиной подписной базы. Каждой группе отправляете по 1 варианту письма. Затем, выявляете какой вариант сработал лучше и это письмо отправляете другой половине своей подписной базы.

В качестве критерия самого лучшего варианта можно брать как открываемость писем, так и переходы по ссылкам и процент совершенных покупок.

Вы можете тестировать следующие параметры тем писем:

- С персонализацией и без
- Длинные и короткие темы
- С заглавной буквой каждого слова или только первого слова
- Используя термины/жаргонные слова или нет

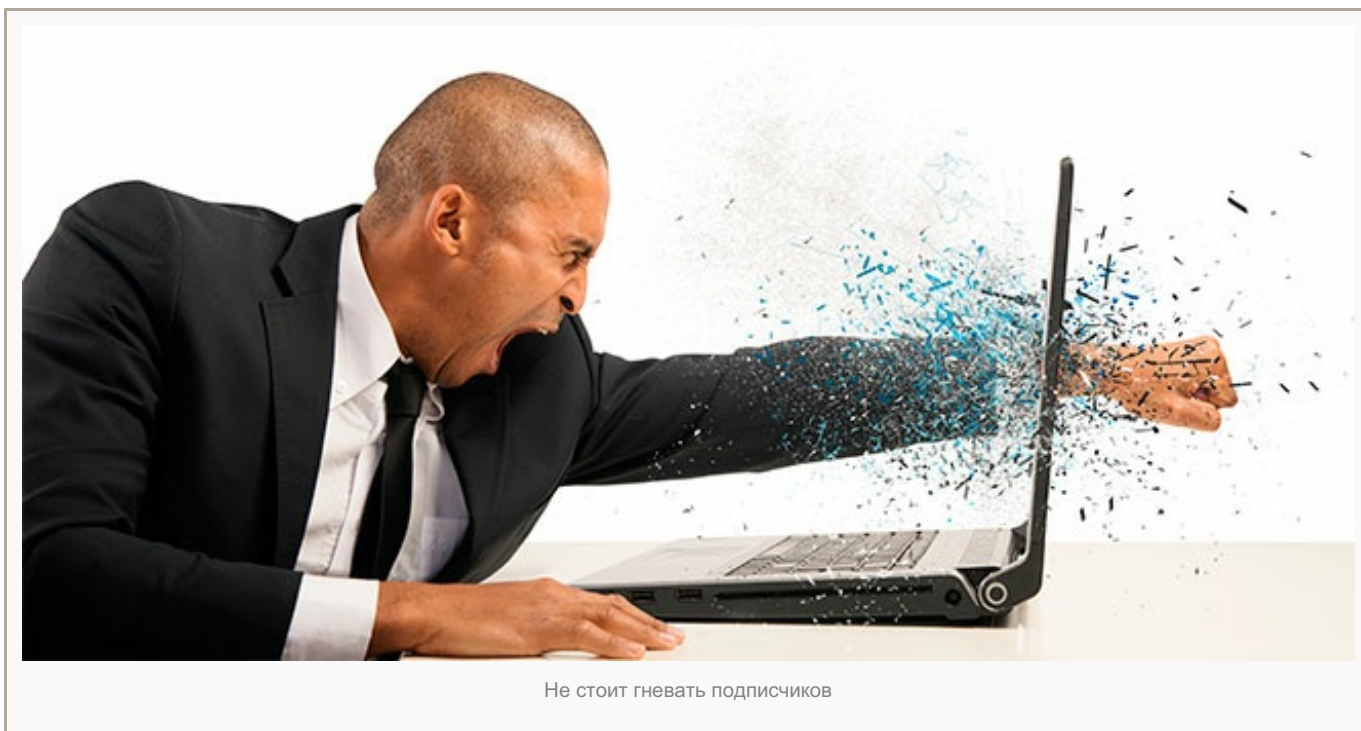
Теперь вы знаете как выявить самые эффективные темы писем. Но что если после прочтения сообщения читатель не перейдет по ссылке? Чтобы не попасть в такую ловушку, читайте следующий совет.

6. Релевантность

Очень важно, чтобы тема вашего письма отражало ее содержание. Опасно размещать в содержании письма нерелевантный контент.

Как вы будете себя чувствовать, если вам пообещают одно, а в итоге дадут совсем другое? Верно. Если тема вашего письма не отражает ее содержания, подписчики почувствуют себя обманутыми.

Нерелевантное содержимое письма приведет к отпискам от вашей рассылки. А это не сулит вашему бизнесу ничего хорошего.



Не стоит гневить подписчиков

Ваша цель должна состоять не только в высокой открываемости, но и в чтении содержимого письма и переходах по ссылке.

7. Удовлетворяйте потребности пользователей

Вы всегда должны спрашивать себя: «Какую ценность получить читатель от моего письма?». Зная ответ на этот вопрос, вы будете наполовину готовы придумать цепляющую тему письма.

Ваша тема должна обещать читателю определенную ценность. Например, для рассылки этой статьи я мог бы написать «Увеличьте открываемость ваших писем в 2 раза».

Либо можно придумать что-то типа «Научитесь писать цепляющие темы писем».

Вызывайте интерес

При составлении темы, вы должны добиваться того, чтобы читатель подумал «Это интересно. Нужно узнать подробнее». Вы должны вызвать интерес, заинтриговать если хотите.

Для этого можно давить на эмоции пользователя, либо же коснуться темы или вопроса, которая его заботит.

Однако, будет не совсем просто заинтересовать всех ваших подписчиков, ведь они могут иметь разные предпочтения. Именно об этом мы поговорим в следующем пункте.

8. Делайте рассылку по группам

Надеюсь, вы используете такой прием, как сегментация. Он заключается в том, чтобы разделить ваших подписчиков на группы по интересам.

Например, представим что вы ведете блог об интернет-маркетинге. Кто-то из ваших подписчиков может интересоваться email-маркетингом, кто-то контент-маркетингом, в то время как другие — конверсиями.

Для каждой из этих групп вы можете создать отдельный, интересный именно для них заголовок письма. Таким образом, вы получите высокую открываемость писем от всех подписчиков.

С другой стороны, если вы разошлете одно письмо для всех подписчиков — вы скорее всего сможете заинтересовать только одну группу читателей. А это не есть хорошо.

9. Задавайте вопросы

Темы письма составленные в форме вопроса тоже являются довольно эффективными. С чем это связано?

Зачастую читатель думает, что знает ответ на этот вопрос. И ему нужно получить этому подтверждение, в связи с чем он решает открыть письмо. Простая психология, господа)

Как вариант вы можете задавать такие вопросы, ответ на который есть в предлагаемом вами контенте. Например, для этой статьи я мог бы написать следующее — «Почему подписчики не открывают ваши письма?».

Звучит интригующе, не правда ли? Особенно для тех, кто интересуется или практикует email-рассылку.

10. От кого отправляется письмо?

Никто не любит получать письмо от нунейма или робота. Вспомните, как вы реагируете на автоответчики? Смею предположить что не очень радужно.

Подобная ситуация и с вашими подписчиками. Никогда не отправляйте письма с адреса `noreply@site.com`. Как я уже сказал, люди хотят знать с кем имеют дело. Также подобные адреса помешают пользователям добавить вашу почту в адресную книгу.

Не стоит использовать для рассылок и обычные электронные адреса. Почтовые сервисы могут разглядеть в этом проявление спама. Лучше всего использовать доменную электронную почту. Можете, например, создать такой — `VasyaPupkin@site.ru`