



## Дрип-кампании: автоматизация лидогенерации в России



# Введение в дрип-кампании

В современном цифровом маркетинге автоматизация занимает ключевую роль. Одним из наиболее эффективных инструментов являются дрип-кампании — автоматизированные последовательные email-рассылки, которые помогают "воспитывать" лидов и превращать их в клиентов. В России, где рынок MarTech активно развивается, дрип-кампании становятся важной частью стратегий множества компаний.

## Что такое дрип-кампании?

Дрип-кампании — это серия автоматических email-сообщений, которые отправляются пользователям на основе их действий или других триггеров. Они позволяют:

- Постепенно вовлекать лидеров в покупательский процесс.
- Персонализировать общение с клиентом.
- Автоматизировать рабочие процессы маркетинга.

## Основы работы дрип-кампаний

### Как они работают?

Дрип-кампания строится на основе заранее заданных сценариев. Например:

1. Пользователь подписывается на рассылку.
2. Через 24 часа получает приветственное письмо.
3. Через 3 дня — письмо с предложением продукта.
4. Через неделю — напоминание или специальная скидка.

## Этапы создания успешной дрип-кампании

1. **Сегментация аудитории:** Разделите базу контактов на группы по интересам, возрасту, региону и другим параметрам.
2. **Создание контента:** Подготовьте цепочку писем с полезной информацией и предложениями.
3. **Настройка триггеров:** Укажите, какие действия пользователя запускают отправку следующего письма.
4. **Анализ и оптимизация:** Отслеживайте открытие писем, клики и

конверсии.

## Преимущества дрип-кампаний

- **Экономия времени:** Автоматизация позволяет сократить ручной труд.
- **Рост конверсии:** Персонализированный контент увеличивает вероятность покупки.
- **Снижение затрат:** Email-маркетинг дешевле других каналов.

## Кейсы успешных дрип-кампаний в России

### Wildberries

Wildberries использует дрип-кампании для повышения конверсии. Если пользователь добавил товар в корзину, но не оформил заказ, система отправляет ему:

1. Напоминание.
2. Предложение скидки.
3. Персонализированные рекомендации.

Результат: увеличение конверсии на 15%.

### Tinkoff

Tinkoff Bank применяет дрип-кампании для продвижения финансовых продуктов. После подачи заявки на кредит клиент получает:

- Образовательные письма о кредитах.
- Персонализированные предложения.

Открываемость писем достигает 35%, а конверсия – 12%.

## Популярные инструменты для дрип-кампаний в России

### Unisender

- Локальная платформа для email-маркетинга.
- Поддерживает интеграцию с Bitrix24.

## GetResponse

- Глобальный инструмент с русским интерфейсом.
- Позволяет создавать сложные сценарии.

## n8n

- Open-source решение.
- Идеально для кастомных автоматизаций.

## Bitrix24

- Лидер CRM-решений в России.
- Поддерживает многоканальные дрип-кампании.

## ActiveCampaign

- Глобальная платформа с AI-триггерами.
- Подходит для персонализации.

Инструмент	Цена	Особенности
Unisender	500 руб/мес	Интеграция с локальными сервисами
GetResponse	1000 руб/мес	Гибкие настройки
n8n	Бесплатно	Open-source
Bitrix24	2000 руб/мес	Полная CRM-интеграция
ActiveCampaign	\$9/мес	AI-триггеры

## Лучшие практики внедрения дрип-кампаний

- 1. Персонализация:** Используйте данные о поведении пользователей.
- 2. Соблюдение законодательства:** Убедитесь, что рассылка соответствует 152-ФЗ.
- 3. А/В-тестирование:** Проверяйте эффективность различных шаблонов писем.
- 4. Интеграция с другими каналами:** Используйте SMS и мессенджеры.

## Прогнозы на будущее

По данным аналитиков, к 2026 году:

- 60% российских компаний будут использовать AI в дрип-кампаниях.
- Рынок MarTech в России вырастет на 25%.
- Telegram станет важным каналом для автоматизации.

## Заключение

Дрип-кампании — это эффективный способ автоматизации маркетинга, который подходит для бизнеса любого масштаба. Внедряйте их уже сегодня, чтобы повысить конверсию и снизить затраты.