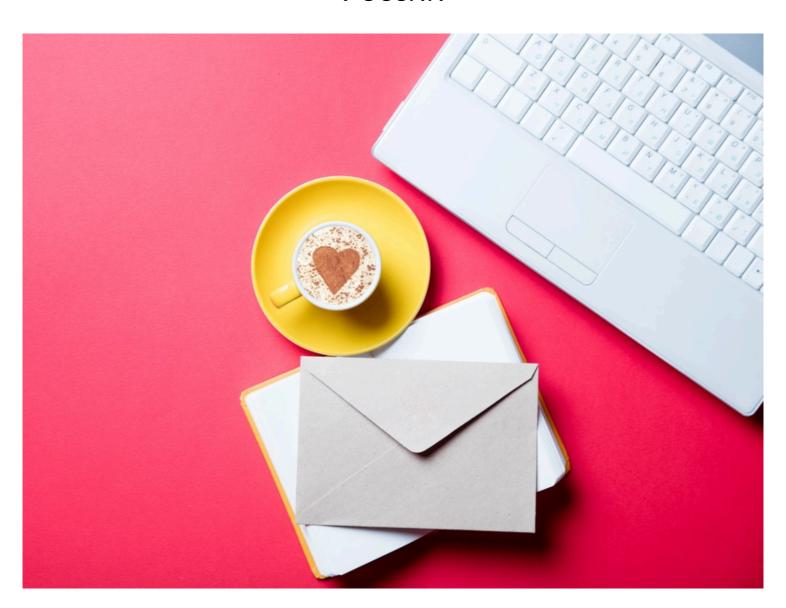


## Дрип-кампании: автоматизация лидогенерации в России



## Введение в дрип-кампании

В современном цифровом маркетинге автоматизация занимает ключевую роль. Одним из наиболее эффективных инструментов являются дрипкампании — 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 лидов 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

martechnews.ru Страница 2 из 5

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

martechnews.ru Страница 3 из 5

- 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 АІ-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 дрипкампаний

martechnews.ru Страница 4 из 5

- 1. Персонализация: Используйте данные о поведении пользователей.
- 2. **Соблюдение законодательства**: Убедитесь, что рассылка соответствует 152-Ф3.
- 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 АІ 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.

martechnews.ru Страница 5 из 5