

Холодный Email-аутрич

— точечный канал доставки ценности до лпр в вашей нише

Аутрич не является волшебной таблеткой

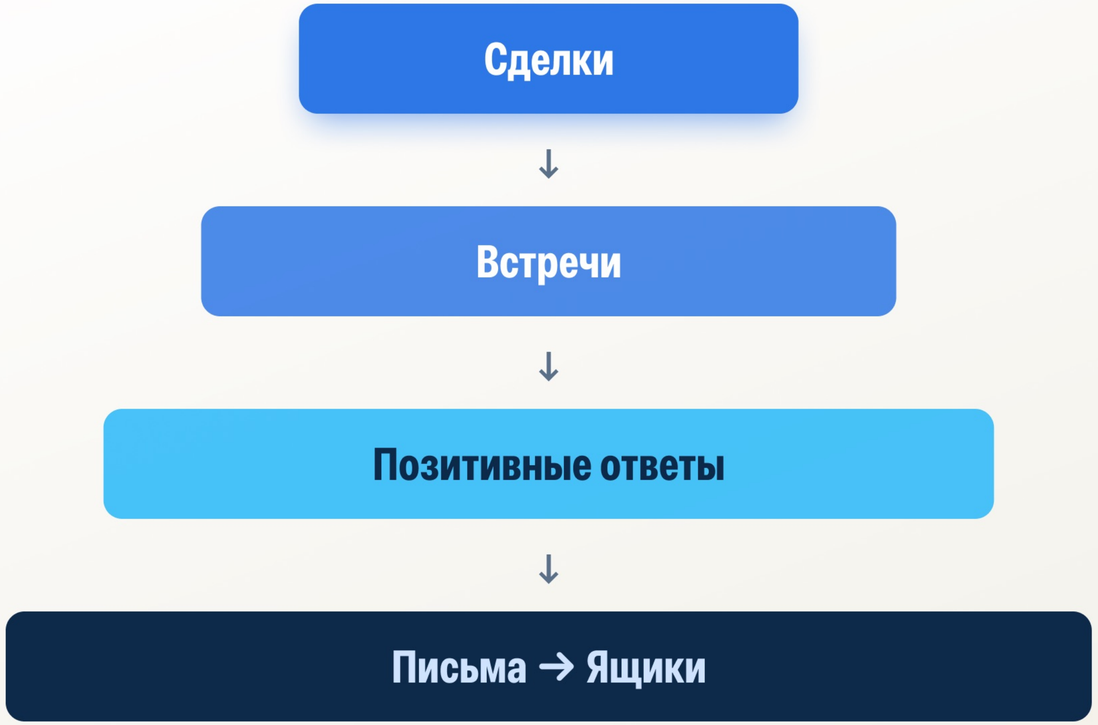
Самый дешевый лидген в b2b, требующий не только навыков продаж, но и *навыков письма*

01 **Это не спам-рассылка**
Релевантный оффер правильному контакту

02 **Не спасёт слабый продукт**
Требует идеального понимания своего клиента

03 **Математика сверху вниз**
Считаем от сделок к письмам, не наоборот

СЧИТАЙТЕ НУЖНЫЙ ОХВАТ ОТ СДЕЛОК

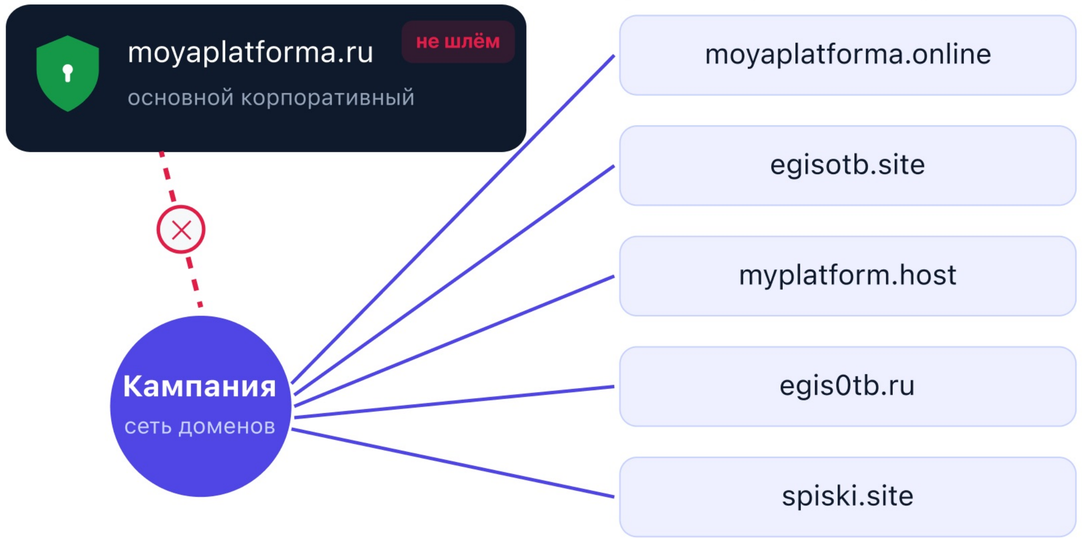


Как обеспечить хорошую доставляемость

Качество письма ничего не значит, если оно не дошло или оказалось в спаме

5+ похожих доменов

СХЕМА СЕТИ ДОМЕНОВ



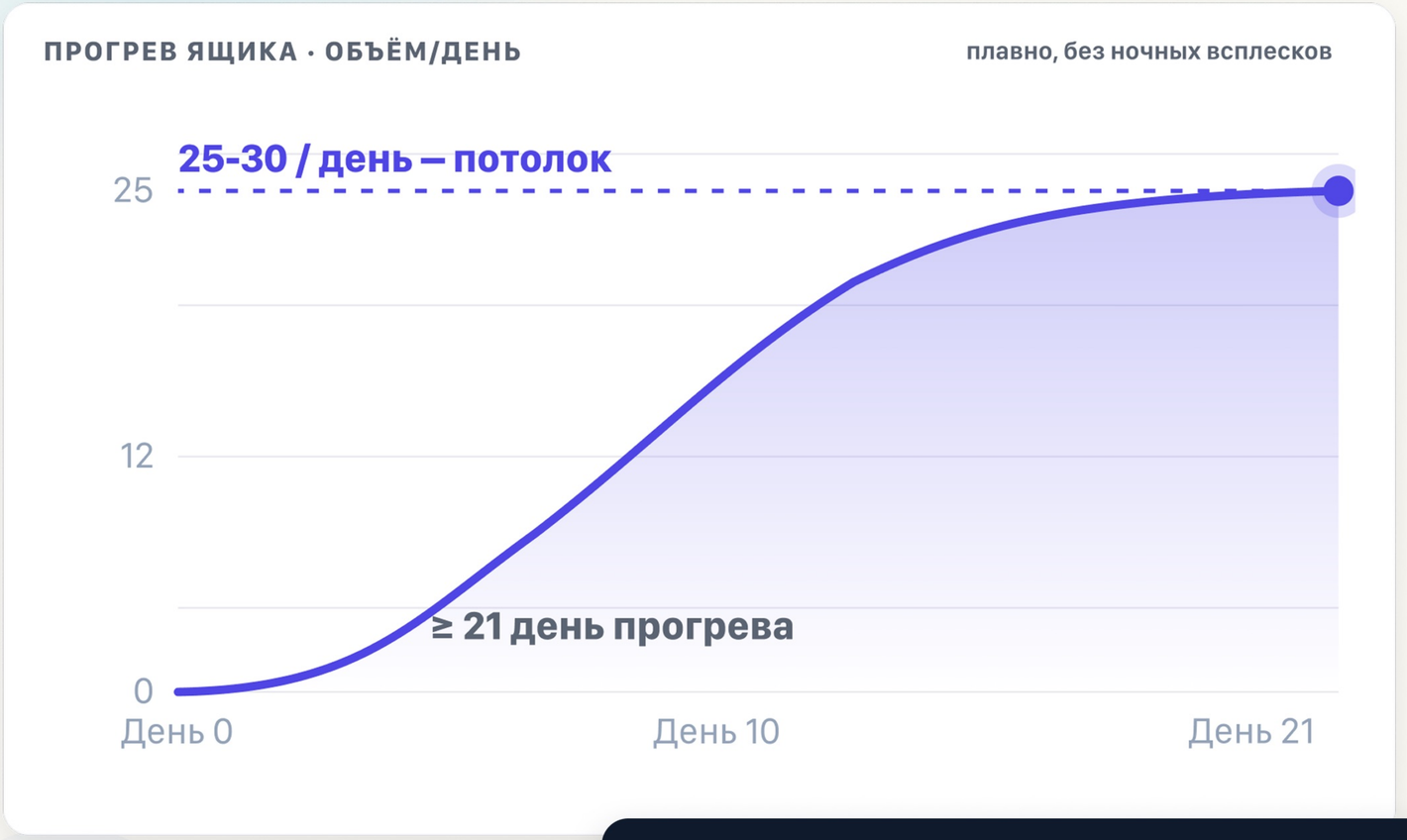
- **Организация доменов и почт в Яндекс.360** — PASS
  - 2 домена в 1 организации
  - 3-4 сотрудника – по 1-2 на каждом домене
  - 6-8 почт – основная почта сотрудника и алиас (псевдоним почты)

!! УБИВАЕТ ДОСТАВЛЯЕМОСТЬ

- ~~HTML-дизайн и логотипы~~
- ~~bit.ly / сокращатели~~
- ~~PDF и вложения~~
- ~~Картинки в теле письма~~

- Только plain-text «как рукой»

Ящик и домен будут жить долго, если их правильно прогреть и не превышать лимит отправки 30 писем/день



25 — ИДЕАЛЬНО

ПИСЕМ / ДЕНЬ · НА ЯЩИК

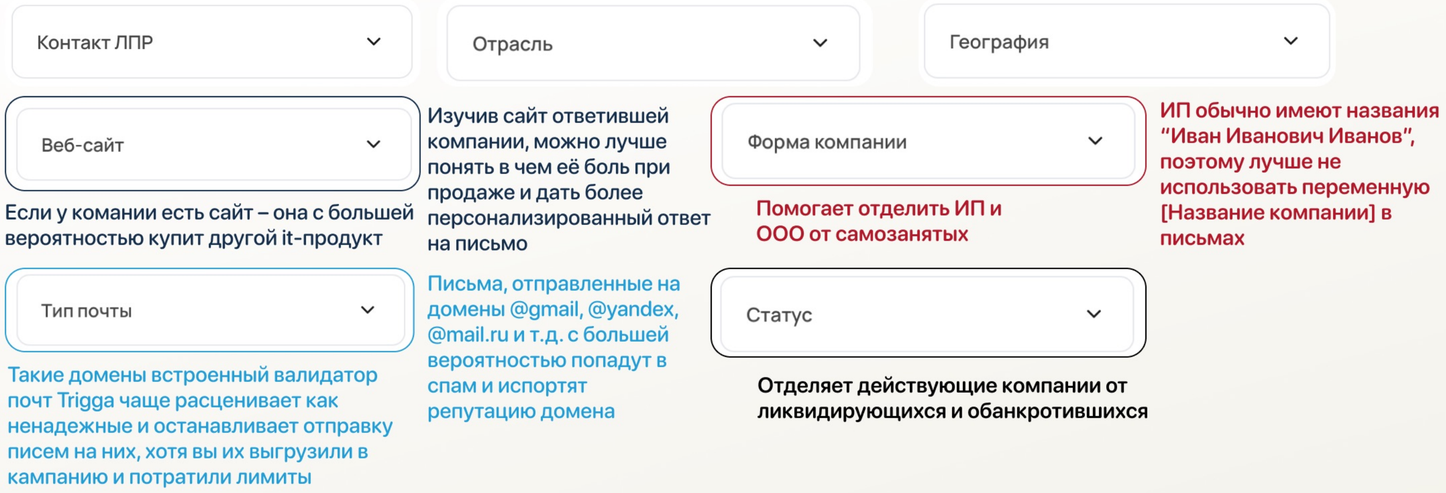
- ✔ **Прогрев 3-4 недели**
- ✔ **Bounce Rate < 2%**
- ✔ **Здровье ящика в Trigga ≥ 90**

Чтобы увеличить охваты аутрича → **подключайте новые домены**, а не увеличивайте количество писем с ящика

СЕГМЕНТАЦИЯ БАЗЫ

Сегментируйте контакты максимально тщательно по большему количеству параметров, а не только по ОКВЭД

САМЫЕ ПОЛЕЗНЫЕ ФИЛЬТРЫ В TRIGGA



Если у комании есть сайт – она с большей вероятностью купит другой it-продукт

Изучив сайт ответившей компании, можно лучше понять в чем её боль при продаже и дать более персонализированный ответ на письмо

Помогает отделить ИП и ООО от самозанятых

ИП обычно имеют названия “Иван Иванович Иванов”, поэтому лучше не использовать переменную [Название компании] в письмах

Такие домены встроенный валидатор почт Trigga чаще расценивает как ненадежные и останавливает отправку писем на них, хотя вы их выгрузили в кампанию и потратили лимиты

Письма, отправленные на домены @gmail, @yandex, @mail.ru и т.д. с большей вероятностью попадут в спам и испортят репутацию домена

Отделяет действующие компании от ликвидирующихся и обанкротившихся

Выбор того, кому придет письмо так же важен, как его содержание

✕ **Не делайте аутрич сразу на большое количество контактов**

5000

нерелевантных адресов

Тест кампании на

100-150 контактах

↓

✓ **Готовые кампании**

300-500

компаний под одну боль

Переменные позволяют персонализировать письма и упомнянуть больше подробностей о компании

СЫРАЯ БАЗА

~~d.petrov@gmail.com~~

~~buh@company.ru~~

Имя: Dmitry

Роль: CEO

Переменные: —

→

ОЧИЩЕНО

d.petrov@company-app.ru ✓

Обращение: «Для Дмитрия»

Роль: руководитель

Переменные: Компания | Сайт | Имя | Должность

Встроенный парсер Trigga уже самостоятельно заполнил все переменные выгруженных из него контактов

Чтобы еще больше уникализировать письма, можно использовать ротацию фраз в тексте

Больше переменных → сильнее ощущение ручного письма

Тема письма решает судьбу рассылки: коротко и с конкретным результатом

Входящие · мобильный экран

М **ООО «Ромашка» + Моя платформа**
Идея для роста заявок в отделе продаж...

ФОРМУЛА ТЕМЫ

{{Компания}} + Ваша компания

40-60 символов

Экспериментируйте с короткими темами и переменными в них

Главная цель – пробить банерную слепоту, чтобы открыли именно ваше письмо из десятков других

ПОД ЗАПРЕТОМ

- ~~«Бесплатно», «Скидка»~~
- ~~«Сотрудничество»~~
- ~~«Коммерческое предложение»~~
- ~~CAPS~~
- ~~!!!~~

ПЕРВОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ

Первый абзац должен показать, что вы “свой” и знаете боль и специфику бизнеса

✕ ЧУЖОЙ

«Здравствуйте, **меня зовут Иван, мы лидеры рынка...** »

Письмо о себе → получатель закрывает

✓ СВОЙ

« **Заметил, что вы ищете сейлза** — значит, масштабируете продажи...»

Профтермины · контекст клиента

→ **Пишем о клиенте, не о продукте**

→ **Текст вокруг его боли**

ЛПР обычно читает почту с телефона и принимает решение дочитывать ли письмо за 2-5 секунд. Не пишите длинные письма, которые занимают больше одного экрана.

≤80	1	2-8
СЛОВ	ЭКРАН	СЕКУНД НА СМЫСЛ

Одна мысль и один мягкий вопрос — вместо продажи в лоб

ПРАВИЛО ПИСЬМА

1 письмо
= 1 мысль
= 1 вопрос

ОДИН СИЛЬНЫЙ АРГУМЕНТ

Конкретный кейс или сокращение расходов на 10% – не 10 УТП сразу.

✕ ЖЁСТКИЙ ШАГ

~~«Созвонимся во вторник в 15:00»~~

✓ МЯГКИЙ ВОПРОС

Запрашиваем интерес или разрешение рассказать подробнее

КВАЛИФИЦИРУЮЩИЕ ВОПРОСЫ

«Анализ выписок сейчас актуален для вас?»

«Могу прислать пару кейсов по вашей нише?»

«С кем в компании можно это обсудить?»

Каждое письмо добавляет смысл — рассылка как сериал

ОДНА ВЕТКА · REPLY

длина цепочки 3-5 писем

1 — Первое письмо
Одна мысль + мягкий вопрос

+3-4 дня

2 — Сильный кейс
Релевантный результат из ниши клиента

+3-4 дня

3 — Метрика / возражение
Необычная цифра рынка или снятие сомнения

+3-4 дня

4 — Переадресация
Короткая просьба перенаправить нас в компании, если мы пишем не по адресу

58%
ответов — на первое письмо

42%
— на фоллоу-апы

~~«Вы посмотрели моё письмо?»~~

~~«Напоминаю о себе»~~

~~“В продолжение предыдущего письма”~~

В последнем письме просим направить нас к нужному сотруднику

Тема: **{name}, вопрос про отдел продаж {company}**

Подскажите, кто в {company} занимается задачами по повышению конверсии из заявки в продажу – вы или кто-то из ваших коллег?

Если я пишу не совсем по адресу, подскажите, пожалуйста, с кем лучше связаться, чтобы обсудить решение по масштабированию вашего отдела продаж.

С уважением, Григорий

12%

отвечают именно на последнее письмо

- ✔ **Снимает напряжение**
- ✔ **Дверь остаётся открытой**
- ✔ **Письмо с большей вероятностью дочитают**
- ✔ **CTA – просто переслать письмо**

Open Rate токсичен: отключаем трекинг, смотрим на реальные встречи

RESPONSE RATE



% ответивших на письмо

POSITIVE REPLY



интерес

MEETING RATE



назначенные встречи

ВЫРУЧКА ₽



итоговые деньги

~~**Open Rate**~~

пиксель отключён

нет ответов

→ база или доставляемость

негатив

→ не попали в боль / оффер

позитив без встреч

→ упростить CTA

~~**Open Rate**~~ OFF

Пиксель считывается фильтрами → в спам

~~**Click Tracking**~~ OFF

Ссылки-редиректы бьют по доставляемости

Эксперименты и масштабирование инфраструктуры

A/B

Эксперименты

Тесты первых писем, новых ниш, углов и длины цепочек

Масштаб в ширину

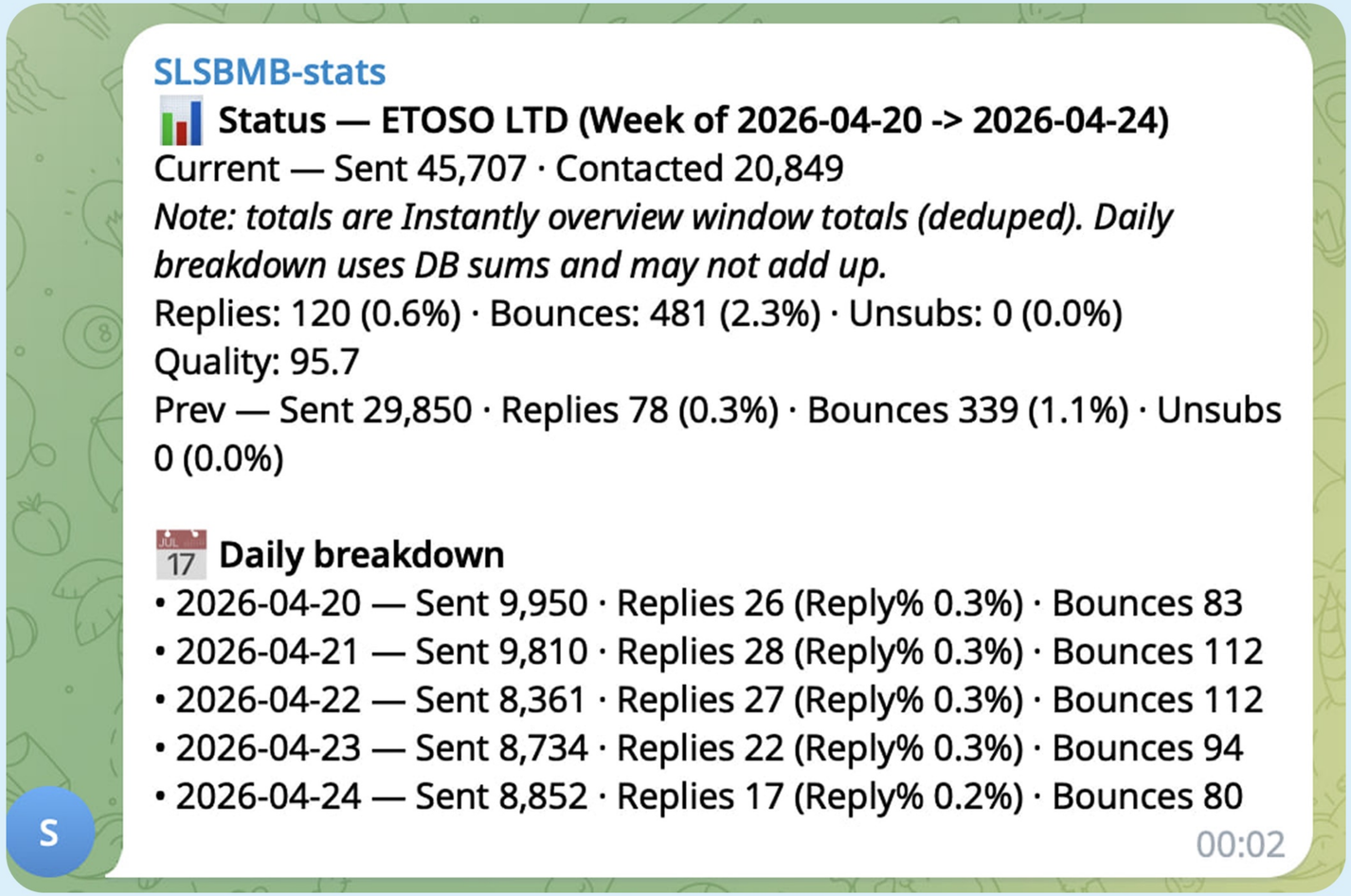
Добавляем новые домены и ящики на них, чтобы увеличить охват

Мультиканал

LinkedIn · ретаргетинг · контент · мессенджеры

B2B-аутрич — элитарный инструмент коммуникации, а не массовая рассылка.

Референсные значения



Реальные метрики, достижимые на рынке РФ через Trigga

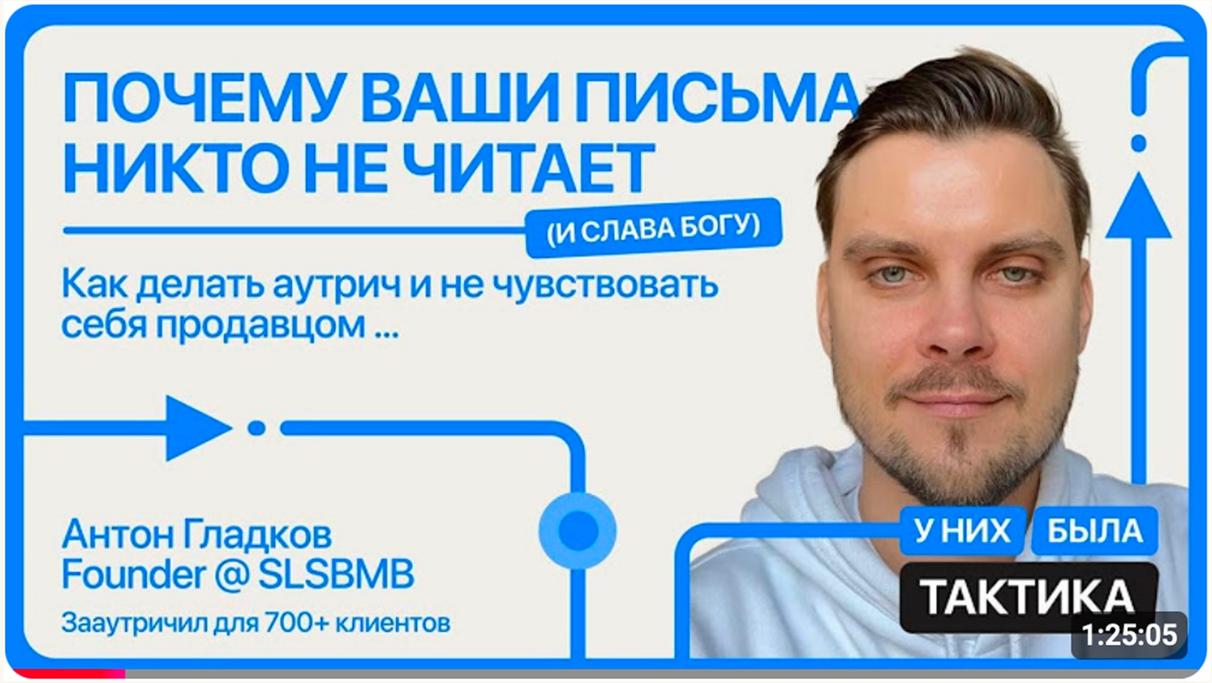
30-50% open rate

1-5% response rate

0,1-0,4% интерес

Полезные материалы по аутричу

Видео про email outreach от короля аутрича

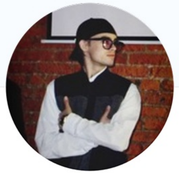


[EP5] Почему ваши письма никто не читает, Антон Гладков, SLSBMB

Прожарка холодных писем

https://outreacher.co/prozharka

Мои контакты



@GLORE4



@GLOR3HOLE