



АЗБУКА ЭЛЕКТРОННЫХ ПИСЕМ

Послание этого руководства по email-маркетингу — в том, что вы должны уважать своих подписчиков так, как хотели бы, чтобы уважали Вас

Используйте новые технологии в ваших письмах

ebookexe.ru



Содержание книги

Об авторе.....	4
Введение	5
Как же e-mail маркетинг на самом деле работает?.....	6
АЗБУКА email-маркетинга.....	7
Адекватно работающий многофункциональный автореспондент.....	8
Рассылка писем по отдельным сегментам.....	9
Наглядная статистика email-рассылки.....	9
Интеграция сервиса email рассылок с другими бизнес-процессами.....	10
Забираем подписчиков из социальных сетей.....	12
Важное в создании базы подписчиков.....	13
Что Вам нужно, чтобы создать подписную страницу.....	14
Так какими должны быть хорошие заголовки?.....	16
Копирайтинг	17
Ссылки и клики в письмах.....	18
Стратегии	19
Шаблоны писем.....	20
Как избежать ошибок в email-маркетинге.....	23
Заключение	24

ПРАВОВЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Издатель приложил все усилия к тому, чтобы данные в книге-отчёт были как можно более точными и полными, однако автор не гарантирует точность содержания данного отчёта в какой-либо момент времени из-за быстро меняющейся природы интернета. И хотя были приложены все усилия к тому, чтобы проверить всю информацию, предоставленную в настоящей публикации, Издатель не несёт ответственности за ошибки, умолчания или неверное истолкование содержания данного документа. Все выявленные случаи неуважительных высказываний в адрес реальных людей, народов или организаций являются непреднамеренными и случайными.

Практические руководства, как и всё остальное в жизни, не дают гарантии касательно потенциального дохода.

Читатели должны реагировать на возникающие обстоятельства по собственному усмотрению. Эта книга не предназначена для использования в качестве источника информации о законах, бизнесе, бухгалтерском учёте или финансах. Всем читателям рекомендуется при необходимости обращаться к службам или компетентным специалистам в области законодательства, бизнеса, бухгалтерии и финансов.



Внимание!

Это бесплатная электронная книга.

Приветствуется бесплатное свободное распространение, размещение на сайтах для свободной загрузки, раздача посетителям и подписчикам, а также включение в качестве бонуса за подписку на рассылку.

Вы не можете продавать этот сборник ни отдельно, ни в составе какого-либо комплекта курсов (материалов в электронном виде). Вы можете давать эту книгу бонусом за подписку на вашу рассылку и/или распространять его бесплатно любым незапрещённым способом.

НО! Вы можете приобрести права личной марки на эту книгу и делать что угодно с ней - изменять в любом виде содержание, дополнять что-то от себя, менять полностью оформление, вставлять любую свою рекламную информацию - на свои проекты, на партнерские продукты и т. д.;

Вы сможете изменять как угодно все, что входит в комплект - от графики (есть все исходники в PSD) до сайта;

Книга, по сути, является шаблоном для дальнейшей модернизации. Вы можете использовать ее в таком виде, в каком она сейчас, либо модернизировать ее и сделать совершенно другим продуктом.

[Подробнее об этом предложении смотрите здесь>>](#)

Об авторе



Всем Доброго Здоровья!

Меня зовут Анатолий
Смирнов.

Родом из Калининградской
области.

Прошёл все этапы образования в
городе Калининграде.

По образованию я преподаватель, по профессии
«технарь», по натуре романтик, в интернете —
продвинутый.

Моя задача — помочь всем желающим и показать правильное направление в
инфобизнесе, которое в свое время я получил, изучив курсы моих наставников.

На свои первые работы я потратил кучу времени и нервов, но взамен
получил неоценимый опыт в создании сайтов, постоянно занимаясь
самообразованием.

Построив свой информационный бизнес с нуля, отлично понимаю, насколько
сложно, долго и финансово трудно начинать своё дело в интернете без
помощи и поддержки более опытных людей.

У меня есть как **бесплатные материалы**, так и **платные продукты**, которые
помогут Вам в развитии своего инфобизнеса или в освоении компьютера, вне
зависимости, действующий ли Вы инфобизнесмен или начинающий.

Заходите ко мне на сайт и задавайте вопросы на интересующую Вас тему

<https://smirinfo.ru/contact/>

И Вам скоро ответят компетентные специалисты.

Давайте дружить в соц.сетях

[ВКонтакте](#)

[Фейсбук](#)

Введение

Email-маркетинг – это практическая часть любой маркетинговой кампании онлайн. Захватывая электронные адреса своих подписчиков, вы можете долгое время поддерживать с ними связь и предоставлять им ценную информацию.

Даже если ваш сайт перестанет работать, пока у вас остается база подписчиков, в ваших руках список прибыльных потенциальных клиентов.

Таким образом, чрезвычайно важно относиться к своей базе подписчиков с заботой и построить доверительные долгосрочные отношения с целевой аудиторией для достижения максимального результата.

Вывод:

если у вас есть список отзывчивых потенциальных клиентов или покупателей, считающих Вас экспертом в своей области, они определенно будут готовы к вашим ценным предложениям



Как же e-mail маркетинг на самом деле работает?

Почтовый маркетинг - это процесс нацеливания на вашу аудиторию и клиентов через электронную почту. Это помогает повысить конверсию и доходы, предоставляя подписчикам и клиентам ценную информацию, помогающую достичь их целей.

Скажем, если у вас есть сайт с каким-то трафиком, люди будут приходить, впитывать необходимую информацию и уходить.

Однако, если вы сумеете захватить электронные адреса своих посетителей в специальную форму подписки, то сможете писать им снова и снова, предлагая ценную информацию или делая интересные предложения.

Интернет-предприниматели однажды поняли, что email-маркетинг может приносить огромную прибыль, и с тех пор ищут лучшие способы монетизации своих баз подписчиков.



Основы email-маркетинга

Email-маркетинг начинается с базы подписчиков.

Что такое база подписчиков?

По сути, это список электронных адресов для email-маркетинга или база авторассыльщика.

Эти электронные адреса — контактная информация посетителей, которые приходили на ваш сайт за особой информацией по определенной теме.

«Ключ маркетингового успеха прост: составьте нужное объявление, воспользуйтесь нужными средствами информации и выйдите с этим на нужный рынок» Дэн Кеннеди

Чтобы сформировать базу, вам понадобится авторассыльщик ваших (E-mail) электронных писем.

Для того чтобы сервис email рассылок в инфобизнесе приносил должный результат, он должен соответствовать нескольким критериям —

техническим и маркетинговым.

Другими словами, его функционал должен быть не только надежным, но и эффективно решать задачи, связанные с E-mail маркетингом.



Ниже небольшой проверочный список, который Вы можете использовать, выбирая сервис e-mail рассылки для своего онлайн-проекта.

Адекватно работающий и многофункциональный автореспондент

Одной из лучших функций электронной почты является ее способность к автоматизации.

На практике это означает, что система автоматически отправляет серию электронных писем, составленных Вами.

Например:

- автоматическая отправка электронных сообщений, подтверждающих подписку
- рассылка заранее подготовленной серии писем

Многофункциональность в данном случае предполагает не только возможности, связанные с автоматическим формированием базы подписчиков, но и взаимодействие с теми, кто готов совершить покупку.

В этой связи умный "автореспондер" сам будет отправлять:

- благодарственные письма сразу после оплаты со ссылками на скачивание бонуса
- автоматическую серию писем, ведущую нового подписчика от подписки до первой продажи
- напоминания с предложением завершить оформление заказов по неоплаченным товарам

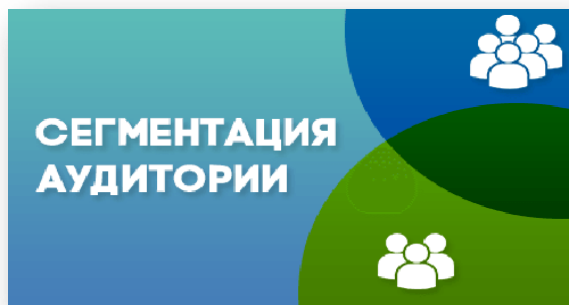
По умолчанию, чем шире этот перечень, тем эффективнее будет работать сервис email рассылки.



Рассылка писем по отдельным сегментам

Такая возможность позволяет онлайн-предпринимателю использовать мощный потенциал персонализированного маркетинга.

Многочисленные исследования показывают, что сегментированная рассылка позволяет многократно увеличить прибыльность информационного бизнеса независимо от его ниши.



Наглядная статистика email рассылки

К этой категории следует отнести не только возможность получения ключевой статистики, которая характеризует степень открываемости писем и показатели перехода по ссылкам.

Эффективные email рассылки немыслимы без таких маркетинговых инструментов, как сплит-тестирование.

Чем больше возможностей для анализа предоставляет платформа для массовых рассылок, тем лучше



Интеграция сервиса email рассылок с другими бизнес-процессами

Этот пункт один из ключевых.

Регулярная отправка email сообщений важный, но далеко не единственный участок работы инфобизнесмена.

В идеале, все бизнес-процессы онлайн-предпринимателя должны функционировать в рамках одной платформы.

Это не только позволяет легче, быстрее и проще интегрировать различные бизнес-процессы в одну продающую систему, но и минимизировать расходы по ее содержанию.

Хорошим примером таких сервисов являются

[OnWiz](#), [Spoonpay](#), [JustClick](#) АвтоВебОфис,

Многофункциональные автоматические сервисы для организации онлайн-бизнеса

Он представляет собой не только сервис email рассылок.

Функционал сервисов заточен на полную автоматизацию онлайн-продаж!

Итак, сервис должен быть не только технически надежным.

Эффективная платформа должна позволять решать задачи email-маркетинга и предоставлять широкие возможности по интеграции электронной рассылки с другими важными бизнес-процессами онлайн-проекта.

- Интуитивно понятная среда, которая превратит Вашу работу в удовольствие
- Создайте формы подписки, которые никогда не останутся незамеченными
- Тестируйте и отправляйте Вашим подписчикам только лучшие варианты писем
- Создайте серию писем один раз, остальное сервис сделает за Вас
- Служба поддержки реагирует мгновенно на Ваш вопрос

Теперь вы можете не только планомерно строить отношения со своими подписчиками, но и предлагать им интересные продукты.

С чего начать извлечение прибыли из базы подписчиков, если этой базы у Вас нет?

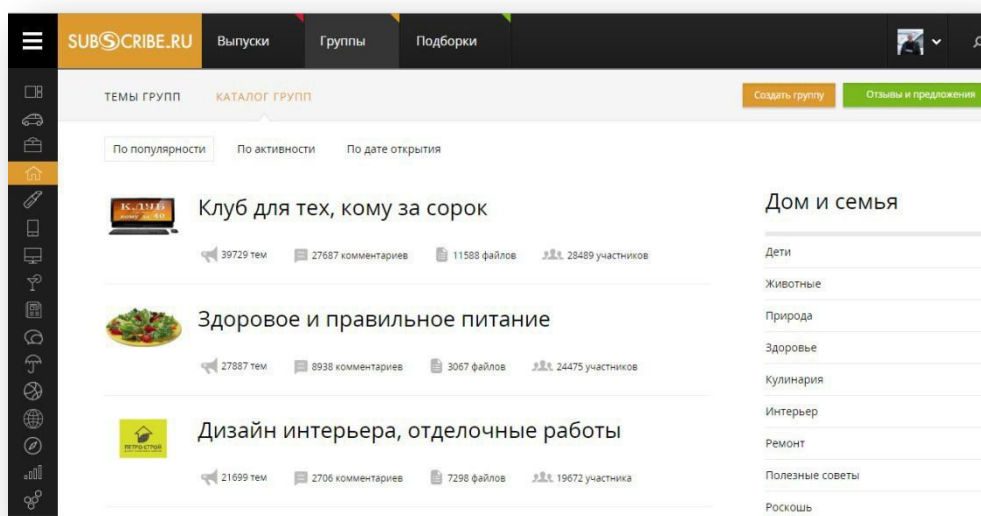
Ответ очевиден – собирать!

И в этом деле поможет сервис [Subscribe.ru](https://subscribe.ru) - отличный способ расширить свои знания в любой области. Информационный канал Subscribe является старейшим в России проектом по e-mail маркетингу.

Компания была организована и запустила свои основные сервисы в 1998 году. Бизнес-модель состоит в следующем:

основные сервисы, как для авторов, так и для подписчиков - бесплатны.

При этом контент изданий принадлежит их авторам и владельцам, а вот рекламные площади во всех бесплатных периодических изданиях принадлежат [Subscribe.ru](https://subscribe.ru)



Создать свою рассылку

Можно настроить свою серию писем

Запустить сбор подписчиков

Монетизировать

Подробнее, как это сделать, предлагаю пройти обучающий интенсив моего учителя и коллеги Александра Бакина "[РАССЫЛКА, КОТОРАЯ ПРОДАЁТ](#)"

Забираем подписчиков из социальных сетей



Одним из эффективных и быстрых способов увеличения подписной базы является размещение рекламы в различных тематических группах. Во многих из них можно разместить свой рекламный пост.

Ежедневно делитесь в социальных сетях своими мыслями и новостями о своём бизнесе. Я, например, утром добавляю все свои новости и добавляю друзей, а вечером разбираю все сообщения и общаюсь с теми, кто вышел на контакт.

- Не используйте автоматические "накрутки" и массовые способы добавления в друзья: сейчас с этим ведется активная борьба и Вы можете навсегда потерять свой аккаунт.

Для бизнеса заведите отдельные странички в **социальных сетях**.

Прежде чем создавать группу или публичную страницу определитесь с ее тематикой и названием.



Важное в создании базы подписчиков

Так с чего именно начинать создавать базу подписчиков?

Начните с создания **воронки подписки**.

Обычно она состоит из трёх компонентов:

- Лендинговая страница или Страница захвата контактов
- Подарок – инфопродукт (книга, чек-лист)
- Форма подписки



Лендинговая страница —

это простой одностраничный сайт, состоящий из:

- заголовка
- подзаголовка
- коммерческого предложения с выгодами продукта
- призыв к действию

Лендинговые страницы обычно имеют более высокие показатели подписки, поскольку выбор посетителей, по сравнению с блогом, весьма ограничен: подписаться или отказаться от подписки.

Как делать сайты без использования дорогостоящих конструкторов

Вас научит [Александр Бакин](#)

Что Вам нужно, чтобы создать подписную страницу

Заголовок – он должен быть броским и крупным, чтобы сразу же привлекать внимание читателей.

Подзаголовок усилит послание заголовка.

Назначение страницы – «подкупить» посетителя, чтобы он ввел свое имя и адрес электронной почты взамен на подарок.

Подарком может быть электронная книга, электронный курс или чек-лист.

Предполагается, что вы объясните читателю, какие **выгоды** он извлечет из подарка, и таким образом повысите свои показатели подписки.

В конце, в призыве к действию вы сообщаете читателю, что для получения подарка он должен ввести свое имя и адрес электронной почты.

Читатель вводит свои данные в "**форму подписки**", которую можно получить на **сервисе email рассылок**.

(См. [OnWiz](#), [Spoonpay](#), [JustClick](#) [АвтоВебОфис](#).)

Ваша система формирования базы подписчиков готова к использованию.

Теперь вам нужно лишь направить на нее трафик — и огромная база подписчиков у вас в кармане!

Вы можете разместить форму подписки на своем блоге или сайте, чтобы собирать подписчиков.

Реклама в чужих рассылках – самый простой способ рекламы для начинающих инфобизнесменов.

Контекстная реклама в Яндекс Директ– это один из самых мощных и действенных способов привлечь на свои подписные и продающие страницы действительно целевых посетителей.

Но чтобы запустить по-настоящему качественную рекламу в Яндекс Директ, без профессиональной подготовки не обойтись.

Если Вы ещё совсем не знакомы с контекстной рекламой, я рекомендую Вам обязательно и как можно скорее познакомиться с материалом

В ОБЛАСТИ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА



Так какими должны быть хорошие заголовки?

Они должны пробуждать любопытство и не производить впечатление настырного коммерческого предложения.

Вам нужно сформулировать заголовок так, чтобы он казался интересным и побуждал открыть письмо.

Например:

Тема: "Этот бродяга достиг успеха своими силами и за полгода стал успешным бизнесменом!"

Такой заголовок вызывает любопытство — люди захотят узнать, как бездомный, обездоленный человек изменил ход своей жизни. Если это удалось даже нищему, то ему, адресату, удастся тем более!

Попробуйте поиграть со словами и найти подходящее сочетание, которое будет одинаково хорошо вызывать любопытство и передавать послание.

И, наконец, весьма важно, чтобы **заголовок** соответствовал содержанию письма, иначе вы приучите подписчиков считать вашу рассылку мусором.

Сумев захватить внимание подписчиков мощным заголовком, давайте взглянем на некоторые полезные советы по написанию тела письма.



Копирайтинг

Помните:

каждый раз, отправляя подписчикам письма, вы отнимаете у них драгоценное время, так что ваше письмо должно либо:

- Представлять собой реальную ценность
- Предлагать что-то купить

Категорически рекомендую отправить подписчикам хотя бы 5 ценных и полезных писем (разнесенных по времени, конечно), прежде чем пытаться им что-то продать.

Самое главное, что следует знать о написании хороших писем, это то, что нужно отказаться от излишней формальности.

Возьмите небрежный тон, и люди будут лучше воспринимать ваши письма, контент и предложения.

Всегда обращайтесь к своим получателям просто: "Привет", "Здорово" или "Угадайте, что?"

Главное — производить в письмах хорошее впечатление, чтобы они оценили Вас, как профессионала, эксперта в определенной теме.

Давайте поговорим о хороших email-практиках.

Строки в письме не должны быть слишком длинными, чтобы было удобно читать (желательно не более 200 символов).

Всегда оставляйте пустые строки между абзацами, чтобы текст не выглядел сбившимся в комок.

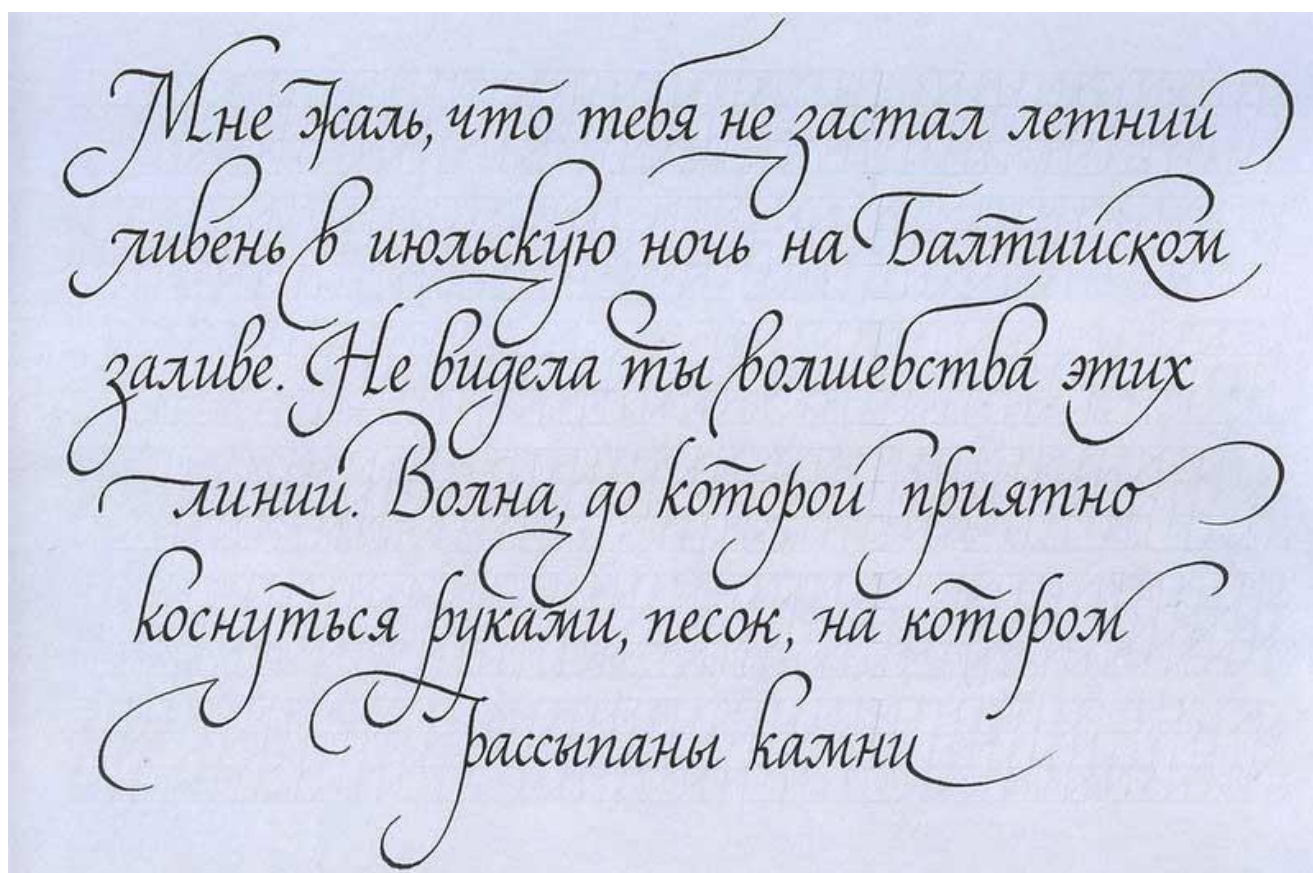
Каждое послание заканчивайте теплым прощанием или подписью, например

«С наилучшими пожеланиями»

«С пожеланием успеха», или (один из моих любимых)

«С уважением».

Это послужит отличным руководством для хорошего копирайтинга, но вы также должны постараться и развить собственное чувство стиля и писательское мастерство, чтобы люди узнавали Ваш «почерк».



Ссылки и клики в письмах

В конечном счете, когда вы хотите что-то продать, нужно стремиться к тому, чтобы читатели кликнули по ссылке (партнерской или не партнерской), переходя на продающую или подписную страницу.

Используйте редирект ссылок. Так вы замаскируете "неопрятные" партнерские ссылки и сможете придать им более пристойный вид

(например

на сервисе

[https://goo.gl/https://vk.c](https://goo.gl/https://vk.com/cc)

[om/cc](https://goo.gl/https://vk.com/cc)

Перед ссылкой помещайте призыв к действию.

Например, "Посмотрите прямо сейчас" или

"Кликните здесь, если торопитесь!", а затем — укажите ссылку.

Используйте специальные бонусы, поощряющие людей кликнуть на ссылку.

Что касается партнерских предложений, люди часто ищут самые выгодные предложения, и только потом совершают покупку.

Выстраивайте отношения.

Если коротко, то когда вы развиваете и практикуете эти эффективные стратегии, ваши подписчики становятся более отзывчивыми, и вы узнаете, что такое настоящий прорыв в увеличении кликов.



Стратегии



Вот с чего следует начать создание прибыли на автоматизированных электронных письмах.

Один из эффективных способов обеспечить максимальную конверсию базы — предоставлять бесплатный ценный контент, прежде чем начинать продажи.

Вот пример эффективной "воронки продаж", которую я использую для генерирования пассивного дохода:

День 1– Ознакомительное письмо и ссылка на подарок

День 2 – Бесплатный ценный контент

День 3 – Бесплатный ценный контент

День 4 – Бесплатный ценный контент

День 5 – Подарок

День 6 – Коммерческое предложение

День 7 – Напоминание о предложении

День 8 – Последующее письмо с благодарностью за покупку.

Я обнаружил, что эта схема обеспечивает более высокую конверсию.

Как говорится, чем больше полезного вы дадите клиентам, тем больше вам заплатят.

Так что, получив от Вас так много бесплатных и ценных материалов, они будут просто обязаны купить ваш продукт!

Чтобы ускорить процесс, можно предложить бонусы за покупку по вашей партнерской ссылке.

Когда люди видят партнерские предложения, они обычно ищут партнера с самым ценным бонусом.

Шаблоны писем

Эти письма на самые важные случаи жизни инфобизнесмена

Первое письмо сразу после подписки на Вашу рассылку

Приветствие.

Благодарность за внимание к вашим материалам

- ✓ Ссылка на получение доступа к материалам, ради которых человек подписался.

Эта ссылка может вести на **Яндекс-Диск**, на другой облачный сервис или специально сделанную отдельную страничку, на которой вы уже и располагаете информацию.

- ✓ Краткий рассказ про Вас – кто Вы, чем занимаетесь, какие достижения и цели. Покажите себя живым человеком.

Крайне рекомендую здесь попросить читателя ответить на Ваше письмо и рассказать про себя.

Отлично работает вставка прямо в письмо вашей фотографии.

Это должна быть фотография в хорошем качестве. Лучше всего сделать профессиональные снимки.

- ✓ Прямо написать, что вы планируете в будущем отправлять письма с полезными материалами и платными предложениями.

Это честно – кто-то отпишется сразу (это лучше, чем потом видеть, как они нажимают на спам), а кто-то будет ждать ваших писем.

- ✓ Еще раз дублируете ссылку на скачивание продукта

В конце письма можно расположить ссылки на ваш сайт и профили в социальных сетях.

- ✓ Можно указать, что вам всегда можно задать вопрос через обращение на такой-то электронный адрес.

✓

Такой шаблон первого письма, который позволит вам сделать сообщение, существенно отличающееся от подавляющего большинства.

- ✓ Не нужно просто давать ссылку для скачивания в первом письме. Вам нужно показать, что вы хотите длительного общения.

Второе письмо с предоставлением полезной информации

Тут все проще и большого текста не нужно.

Приветствие.

- ✓ Указание на то, что вы записали полезное видео, написали статью или что-то еще по определенной теме

Также можно указать причину этого – например, по просьбам читателей (если таковые были, врать не нужно).

- ✓ Делаете призыв перейти по ссылке и посмотреть ваше видео или другой формат представления информации, который вы выбрали

Далее я рекомендую добавить картинку.

Если это видео – то скрин видео, если pdf-отчет, то его картинку. Это очень хорошо работает и привлекает внимание людей.

Как сделать скрин видео:

Вы загружаете видео на YouTube, далее делаете скрин страницы, на которой оно расположено просто через нажатие на кнопку Prtsc (PrintScreen) на клавиатуре.

Далее идете в PowerPoint, вставляете туда снимок страницы через меню «Вставка», обрезаете до размера видео и сохраняете.

Теперь полученную картинку можно загрузить на хостинг и вставить в письмо.

Можно поступить проще и просто сделать скрин Вашего видео онлайн через специальные бесплатные сервисы, например – [Яндекс-Диск](#) (Скриншот).

- ✓ Просьба оставлять комментарии, задавать вопросы и так далее.

Прощание.

Практика показывает, что на такие письма люди положительно реагируют.

Третье письмо с продажей

Здесь можно пойти по пути варианта информационного письма, просто заменив призыв посмотреть материалы на призыв посмотреть платный инфопродукт.

Но лучше сделать более интересный вариант:

Приветствие

- ✓ Указание на проблему, которая знакома вашей аудитории, терзает ее и заставляет искать решение.

Вместо указания на проблему можно рассказать интересную историю из Вашей жизни, которую можно связать с вашим предложением.

- ✓ Далее вы пишете, что подготовили решение проблемы или, если выбрали вариант с историей, плавно вплетаете ваше предложение

Кратко описываете подготовленный вами инфопродукт. Вставляете его картинку – необязательно, но работает хорошо.

- ✓ Делаете призыв к действию – перейти и ознакомиться с Вашим предложением.

Отлично работает также дедлайн – ограничение по времени или по количеству, про которое вы упоминаете в письме.

- ✓ В конце письма можно продублировать ссылку.

Также рекомендую добавлять постскриптум P.S. и писать в нем что-то неожиданное и привлекающее внимание, добавляя еще одну ссылку.

Прощание.

Вот и все – простой и работающий вариант создания продающего письма.

Вы получили три шаблона писем на самые распространенные случаи жизни.

Они работают и это проверено практикой.

Как вы видите – email-маркетинг очень интересное и затягивающее занятие, которому стоит уделять время.

Ведь это мощный инструмент монетизации инфобизнеса!

Именно поэтому я решил предложить Вам

“СВОДНАЯ ТАБЛИЦА ПО ОСНОВНЫМ МАРКЕТИНГОВЫМ ПОКАЗАТЕЛЯМ”

от Антона Петроченко – он является генеральным директором и управляющим партнером рекламного агентства ConvertMonster, автор и ведущий обучающих курсов ConvertMonster, опыт в интернет-маркетинге 9 лет.

Как избежать ошибок в email-маркетинге

В этой последней главе мы рассмотрим, как избежать некоторых ошибок в email-маркетинге вам совершенно незачем набивать те же шишки, что и большинство.

Вот некоторые из общих ошибок инфобизнесменов: "Впаривание" товаров в надежде заключить сделку.

Несмотря на то, что успех email-маркетинга во многом определяется количеством подписчиков, "впаривание" может всех их от вас отвернуть: подписчики либо занесут ваш адрес в спам-фильтр, либо перестанут реагировать на ваши письма.

Что приводит нас к следующему:
Фокусирование на количестве в ущерб качеству.

Как ни важен размер базы подписчиков, реальные деньги — в отношениях.

Так что если хотите, чтобы подписчики принимали ваши предложения, сосредоточьтесь на реальной связи с ними.

Использование стоп-слов, которые увеличивают шансы ваших писем попасть в спам. Избегайте таких слов, как "Секс", "БЕСПЛАТНО", "виагра", "МЛМ", "деньги".

Если вам и впрямь необходимо использовать именно эти слова, измените их написание, (*например:* делать деньги онлайн).

Наконец, не нужно писать слова заглавными буквами — ни в заголовке, ни в теле письма, ни в призыве к действию.

Во-первых, так письмо может попасть в спам,

во-вторых, это слишком смахивает на принуждение к покупке, и потому конверсия такого письма будет ниже.

Относитесь к подписчикам с уважением.



Заключение

Пожалуй, самое важное послание этого руководства по email-маркетингу в том, что: Вы должны уважать своих подписчиков так, как хотели бы, чтобы уважали Вас, а также изучать и внедрять лучшие практики email-маркетинга.

Деньги, приходящие после каждого разосланного письма, результат тщательной подготовки и формирования отзывчивой базы.

Лучший способ изучить дополнительные маркетинговые техники — моделировать письма преуспевающих интернет-бизнесменов, копируя их стиль, техники и многое другое, и формируя собственный стиль.

Не забывайте отслеживать показатели переходов по ссылкам и открываемости писем, чтобы видеть, какой копирайтинг обеспечивает лучшие результаты.

Желаю вам наилучших результатов в email-маркетинге!
Давайте дружить в соц.сетях

ВКонтакте

Фейсбук

Мой блог: <https://smirinfo.ru>



С Уважением, Анатолий Смирнов.
