

5 ПРАВИЛ

успешной рекламы
в чужих рассылках



Viral PDF

30-Day Trial Mode

Как не пролететь
и сэкономить
тысячи рублей!

Константин Волков 2012 effectpage.ru

**5 правил успешной рекламы в чужих рассылках.
Как не пролететь и сэкономить тысячи рублей!**

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



Одним из способов продвижения своих или партнерских продуктов является реклама в рассылках других авторов (в чужих рассылках). И зачастую качество такой рекламы оставляет желать, мягко сказать, лучшего.

Для начала давайте разберем, от чего зависит качество рекламы в рассылке? Все верно, от читателей, от того, насколько они лояльны к автору, доверяют ли они ему, часто ли его читают и т.д.

В большей степени нам стоит обращать внимание не на количество подписчиков в выбранной рассылке, а именно на качество и на то, насколько эти подписчики целевые. Соответствуют ли они той аудитории, которым будет интересен наш продукт или услуга.

Для этого нам необходимо провести ряд мероприятий и следовать 5 простым правилам. Это позволит не выкидывать, что называется, деньги на ветер и получать более ожидаемые результаты.

Сразу оговорюсь, что буду вести речь о рассылках на сервисе Smartresponder.ru и по умолчанию их авторы предлагают услугу платной рекламы.

Итак, вот эти 5 правил.

- 1.** Выбрав рассылку, в которой вы желаете рекламироваться, напишите с автором, уточните у него текущие расценки и варианты размещения рекламы, а также сообщите интересную вам дату выхода выпуска с вашей рекламой (не спрашивайте когда свободно, а сами назовите дату).

Таким образом, вы уже изначально покажете себя, как серьезный заказчик с обозначенными намерениями. Заключение устного договора (а именно так происходит) должно находиться под **вашим** контролем на **ваших** условиях!

- 2.** При выборе рассылки ориентируйтесь на следующие критерии:

- 2.1** Есть ли рассылка в каталоге Smartresponder (поиск по автору или названию рассылки). Наличие в каталоге – дополнительный плюс, но не всегда.

- 2.2** Если есть, посмотрите на архив выпусков. Если автор сохраняет свои выпуски в архиве, важно просмотреть их и оценить качество материалов, как размещается реклама, как она выделена, какие заголовки писем, как часто выходит и т.д.

Т.е. необходимо максимально полно рассмотреть выпуски на их качественность! Можете даже подписаться сами, чтобы посмотреть,



что и как (особенно, если выпусков нет в архиве).

3. В следующем письме автору (после получения ответа на первое) вам необходимо выяснить очень важные моменты, а именно:

3.1 Как правило, рассылка выходит в формате html, а это позволяет отследить один важный параметр. О нем вы должны спросить у автора. Это **открываемость писем. Больше значение имеет не количество подписчиков, а отклик!**

Открываемость писем измеряется в процентах и ее можно посмотреть по каждому отправленному выпуску отдельно в аккаунте автора. Попросите сообщить об этом значении (только если выпуски идут в html)!

Сложно сказать, какой процент открываемости можно считать нормальным. Я ориентируюсь на 30-40%. Если ниже, можно разговаривать о снижении стоимости рекламы. Процент открываемости моих рассылок в среднем держится на 30 - 50%. Некоторые письма достигали 89%!

3.2 Если рассылки нет в каталоге, обязательно просите выслать скриншот аккаунта автора, где видно реальное количество подписчиков. Я встречал сильные расхождения заявленных цифр от реальных у некоторых авторов. Объясняют они это тем, что просто не успели обновить данные. Ага, как же ☺

4. В этом же письме сообщите автору условия сотрудничества, вот в каком виде:

4.1 Чтобы не допустить недорозумений и недопонимания вам необходимо предварительное согласование ваших рекламных материалов и отчет о выполненных работах (в виде скриншота)

Т.е. вы прямо говорите о том, что вам необходимо видеть, как будет выглядеть **выпуск с вашей рекламой, до его фактической отправки!**

Дело в том, что здесь могут возникнуть ошибки, и рекламный блок будет размещен не там и текст без нужных абзацев и т.д. А всё это скажется на результатах!

У меня был случай, когда мы с автором договорились на рекламный блок в нижней части выпуска, а когда рассылка вышла, оказалось, что этих нижних блоков было вставлено два. При этом мой блок был ниже нижнего и практически не выделен, что больше походило на копирайт, на который вообще никто не обращает внимания. А блок, оказавшийся над моим, рекламировал точно такую же тему!



И результат был, мягко сказать, плачевным. Из рассылки с более, чем **60 тыс. подписчиков** по объявлению кликнули **чуть более 50!** в первые 2 дня (самые активные дни). Это даже результатом нельзя назвать. У меня с 500 человек больше переходов.

Автор оказался редкостным ... и переговоры ни к чему не привели, ни к повтору рекламы, ни к возврату денег. Самое интересное – это его аргументация. Мол, работа выполнена, а блок, который чуть выше, просто больше заплатил ☺

Поэтому обязательно согласовывайте выпуск перед его выходом!

С тех пор я всегда это делаю.

4.2 Попросите написать кошельки для оплаты и пусть автор обязательно подтвердит факт получения средств и утвердит дату выхода рассылки с вашей рекламой.

5. Сразу после выхода рассылки напомните автору о необходимости получения вами отчета. Это может быть скриншот из статистики с темой письма и количеством реальных получателей выпуска.

30-Day Trial Mode
ПОМНИТЕ! Вы – Заказчик, Вы – платите, вправду, требуется то, что Вам необходимо!

Успешных Вам рекламных кампаний!

Автор: [Константин Волков](#)

КАК получать в 2 раза БОЛЬШЕ подписчиков на свои подписные страницы уже СЕГОДНЯ?

Забрать
бесплатно
↓ ↓ ↓





- ✓ До **97** подписчиков из 100 посетителей – подробный видеоразбор эффективных страниц
- ✓ Лучшие фишки роста конверсии страниц
- ✓ Автоматическое сплит-тестирование и наблюдение за посетителями в “**живом**” режиме
- ✓ Создание **3D**-обложек для ваших продуктов + **10 исходников** для их создания
- ✓ Профессиональный шаблон подписной страницы + все исходники + видеоинструкция

Скачайте сейчас БЕСПЛАТНЫЙ мультимедийный видеокурс «ПРОСТОЕ СОЗДАНИЕ ЭФФЕКТИВНОЙ ПОДПИСНОЙ СТРАНИЦЫ. МАКСИМАЛЬНАЯ КОНВЕРСИЯ» и получите полный комплект материалов!

[Скачать видеокурс + шаблоны + исходники БЕСПЛАТНО >>>](#)

Viral PDF
30-Day Trial Mode

