



Коммерческое предложение
По оказанию услуги
«EMAIL-МАРКЕТИНГ»
для сети клиник «Семейная»



ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ

Сегменты целевой аудитории

- Действующие пациенты клиники;
- Подписчики с сайта (потенциальные клиенты).

Портрет целевой аудитории

- Пол: мужчины и женщины;
- Возраст: 24+;
- Доход: средний и выше среднего;
- География: Москва, Рязань



ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ

Основные цели и задачи

- Разработка стратегии E-mail-маркетинга;
- Стимулирование повторных обращений;
- Привлечение новых пациентов;
- Формирование лояльности отношения пациентов к клинике;
- Создание дополнительного канала коммуникации с потенциальными и действующими пациентами.



БЮДЖЕТ

Стоимость услуг «Bagira Group» (с учётом НДС):

100 000 р. в месяц

Стоимость формируется на основании расчета нормочасов, необходимых для выполнения предложенного пакета работ. Оплата услуг выполняется после анализа отчетности ежемесячно в размере фиксированного в договоре абонемента.

Примерная стоимость стороннего сервиса проведения рассылок:

29 000 р. в месяц

Стоимость взята на основании данных getresponse (Тариф «MAX»). Т.к. число подписчиков может как увеличиваться естественным путем, так и уменьшаться (непонятно, сколько из текущих 30 000 адресов «живых» и сколько пользователей согласятся получать письма), бюджет приведен примерный.

Рекомендуем оплачивать сторонний сервис самостоятельно, т. к. в данном случае кампания лично заключает договор с сервисом и он несет прямую ответственность по конфиденциальности информации.

Примерная стоимость стороннего сервиса проведения рассылок:

12 месяцев

ПЛАН РАБОТ ПО EMAIL-МАРКЕТИНГУ НА ГОД

1 Подготовительный этап

Виды работ	Период проведения	Количество работ	Периодичность	Комментарии
1.1 Заполнение расширенного брифа, определение основных KPI.	4 рабочих дня	1	При старте	Необходимо на основе данных о компании, представленных в брифе, уточнить цели, выявить потенциал для email-маркетинга и основные KPI.
1.2 Экспресс-аудит рассылок конкурентов.	7 рабочих дней	1	При старте	Проводится экспресс-аудит сайтов конкурентов, указанных в брифе, а также успешных сайтов из ТОП поисковой выдачи (в том числе зарубежных). Оценивается активность конкурентов в плане email-маркетинга и качество их рассылок: контент, периодичность, способы подписки и пр. Удачные решения будут учтены при разработке стратегии.

2 Разработка первоначальной стратегии

2.1 Аудит имеющейся базы подписчиков и сегментация.	6 рабочих дней	1	При старте	База адресов должна быть сегментирована в зависимости от возможных критериев (заказные услуги, возраст и т.д.), каждая группа будет получать свой релевантный контент. Проводится аудит базы с целью выявления этих критериев и возможных сегментов для рассылки.
---	----------------	---	------------	---

Виды работ	Период проведения	Количество работ	Периодичность	Комментарии
2.2 Составление коммуникационных идей рассылки с учетом сегментации (примерный перечень приводится в следующем разделе).	3 рабочих дня	1	При старте Далее корректировка при необходимости	Email-маркетинг во многих случаях является очень эффективным инструментом. Эта работа может дать отличные результаты особенно в вопросе повторных продаж, однако, предварительно необходимо правильно определить, кому и что будет предлагаться в рассылках в зависимости от потребностей и интересов. К примеру, тем, кто сдавал анализы/проходил инструментальную диагностику предлагать прием специалистов и наоборот. Сегментация вплоть до направления (аллергология и т. д.). Обязательны опросы качества и другие постоянные общие коммуникации.
2.3 Составление графика рассылок.	4 рабочих дня	1	Ежемесячно, на следующий месяц	Определение оптимальной частоты рассылки, выбор оптимальных дат и времени рассылки.
2.4 Выбор сервиса email-рассылок.	1 рабочий день	1	При старте	Как правило, рекомендуется выбирать один из сторонних сервисов, поскольку они имеют широкие возможности настройки и специальную защиту от «спам-фильтров». Выбор того или иного сервиса зависит от задач конкретной стратегии. По умолчанию мы рекомендуем использовать unisender.ru. Но если настроек данного сервиса будет недостаточно, выбор может пасть на другой.
2.5 Разработка дизайна писем.	4-5 рабочих дня		При старте	Необходимо создать единый фирменный шаблон письма, который будет использоваться для всех рассылок. Будут даны рекомендации по составу и дизайну писем с учетом требований email-маркетинга и особенностей бизнеса компании. После согласования стратегии предоставляется вариант эскиза письма.

3 Разработка контента и рассылка сообщений

Виды работ	Период проведения	Количество работ	Периодичность	Комментарии
3.1 Регистрация и настройка сервиса рассылки.	1 рабочий день	1	При старте	Независимо от того, будет ли вестись рассылка через сторонний сервис или администратор сайта, необходимо выполнить ряд настроек: загрузку базы, настройку обратного адреса, аутентификации обратного адреса и др.
3.2 Разработка контента.	В течение года	12 (1 раз в месяц)	Определяется стратегией	В медицинской тематике рекомендуется минимум 1 раз в месяц отправлять информационную рассылку. Для этого будут создаваться небольшие статейные материалы / инфографики и т. п. Все материалы будут уникальными, созданными сотрудниками «Bagira group». Постановки и результирующие материалы перед отправкой согласуются с заказчиком.
3.3 Адаптация контента.	В течение года	12-24 (1-2 раза в месяц)	Точно определяется стратегией	Подразумевает адаптацию контента для каждой группы получателей с т.з. лучшего восприятия пользователями письма (например, создание анонсов акций, новостей, обработка изображений, создание привлекательных заголовков и т.п.).
3.4 Верстка писем.	В течение года	24-48 (2-4 письма в месяц)	Точно определяется стратегией	Работы программиста по верстке материалов в зависимости от требований каждого сервиса или собственной платформы. Тестирование качества отображения письма в разных почтовых клиентах и браузерах.
3.5 Настройка отправки писем по событию.	3 рабочих дня	1	При старте	Иногда стратегия предполагает отправку отдельных писем при наступлении определенного условия для подписчиков. Например, welcome-письмо, которое отправляется сразу при подписке. Опросы качества после получения услуг и т.д.

Виды работ	Период проведения	Количество работ	Периодичность	Комментарии
3.6 Рассылка писем.	В течение года	24-36 (2-3 письма в месяц)	Точно определяется стратегией	Рассылка писем при помощи сторонних сервисов (например, Getresponse, Unisender, MailChimp и т. п. - определяется стратегией).
3.7 Оценка эффективности рассылки.	В течение года	12	1 раз в месяц	Отслеживание эффективности и оценка результатов по каждому письму. Сводный отчет составляется по итогам каждого месяца, по всем отправленным выпускам рассылки. На основе этих данных впоследствии проводится корректировка стратегии с целью улучшения результатов.

Общая стоимость услуг – **100 000 р.** (стоимость сервиса рассылок **29 000 р.** включена).



СОСТАВ РАБОЧЕЙ ГРУППЫ И ПРОЯДОК ВЕДЕНИЯ РАБОТ

1 При старте проекта менеджеру со стороны клиента от руководства «Bagira Group» высылается письмо с представлением своего менеджера

2 Все коммуникации между «Bagira Group» и клиентом ведутся «менеджер-менеджер». Т. е. менеджеры проекта с двух сторон являются центрами ответственности.

Состав рабочей группы среднего проекта приведен в таблице

Сотрудник	Зона ответственности
Проект-менеджер	Осуществление коммуникаций с клиентом. Руководство проектом. Документооборот. Постановка задач рабочей группе.
Специалист по email-маркетингу	Проведение всех работа по email-маркетингу, консультации.
Копирайтер	Обеспечение необходимым качественным контентом
Дизайнер	Разработка дизайна писем.
Верстальщик	HTML-верстка выпусков рассылки, тестирование отображения письма в различных почтовых клиентах и браузерах.
Специалист по веб-аналитике	Консультации по вопросам веб-аналитики и статистики.

КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ РАБОТЫ «Bagira Group»

Мы рекомендуем оценивать результат от нашей работы комплексно, используя набор критериев. Такой способ более корректно и объективно позволяет увидеть результаты.

Список критериев, которые можно применять для оценки нашей работы по email-маркетингу:

1. Показатели качества рассылки: процент прочтений, переходов, отписок, жалоб в отношении общего количества подписчиков, а также в сравнении со средними показателями для отрасли.
2. Динамика роста трафика с канала email. Ежемесячно с учетом сезонной составляющей.
3. Качество трафика с канала email (соотношение хит/хост; проведенное время на сайте, % посетителей, просматривающих более 2 стр. и т. п.).
4. Количество и качество конечных обращений в компанию с канала email: звонок, запись на прием, консультации и т. п.
5. Динамика роста базы подписчиков (при условии размещения на сайте формы подписки). Ежемесячно с учетом сезонной составляющей.

ОТЧЕТНОСТЬ

Отчетность состоит из 2-х видов отчетов:

- ежемесячные отчеты;
- отчеты по запросу клиента.

В начале каждого месяца в течение 1-3 рабочих дней предоставляется **ежемесячный отчет** в таблице excel по всем выпускам рассылки, проведенным за предыдущий месяц (данные по каждому выпуску + данные итога). Отчет содержит основные показатели: количество отправленных и доставленных писем, количество прочтений писем, переходов на сайт, отписок и жалоб, а также количество обращений с сайта по переходам из письма (по данным систем статистики).

В течение всего рабочего процесса в любое время могут быть подготовлены и высланы различные более мелкие **отчеты по запросу**, например, перечень самых кликабельных ссылок в письме; список адресов с указанием их действий по конкретному письму; список адресов, на которые письмо не доставлено, с указанием причин и пр.

НАЧАТЬ СОТРУДНИЧЕСТВО С BAGIRA MEDIA