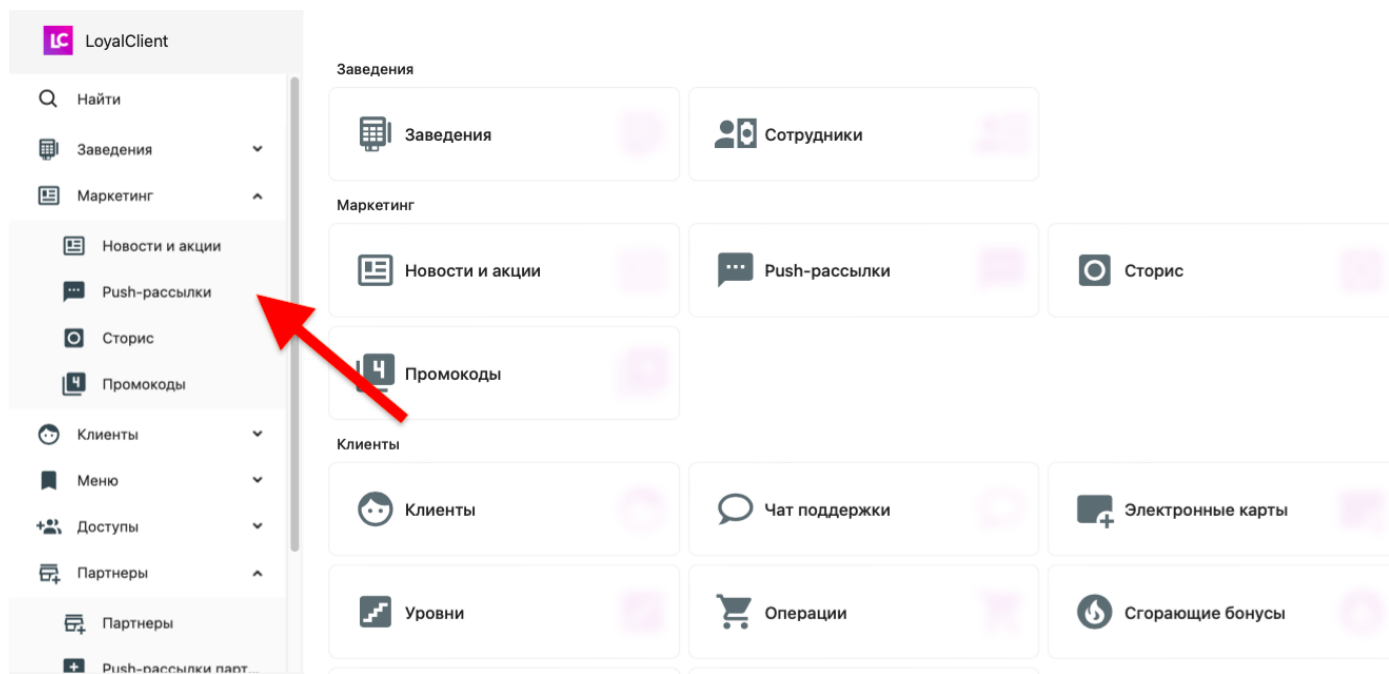


Push-рассылки

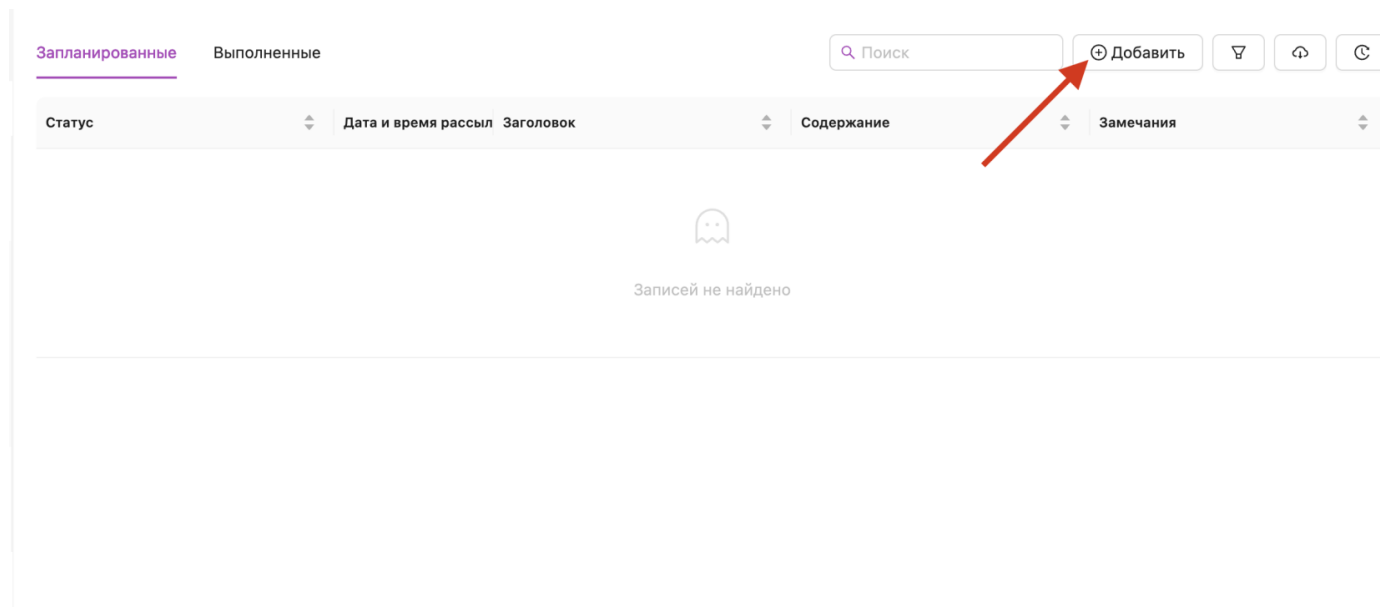
- [Push-рассылки](#)

Push-рассылки

Для создания Push-рассылки в личном кабинете перейдите в раздел Маркетинг -> Push-рассылки



Нажмите Добавить, чтобы перейти к созданию рассылки.



В разделе Содержание и дата заполните заголовок, содержание и дату рассылки.

Заголовок и содержание

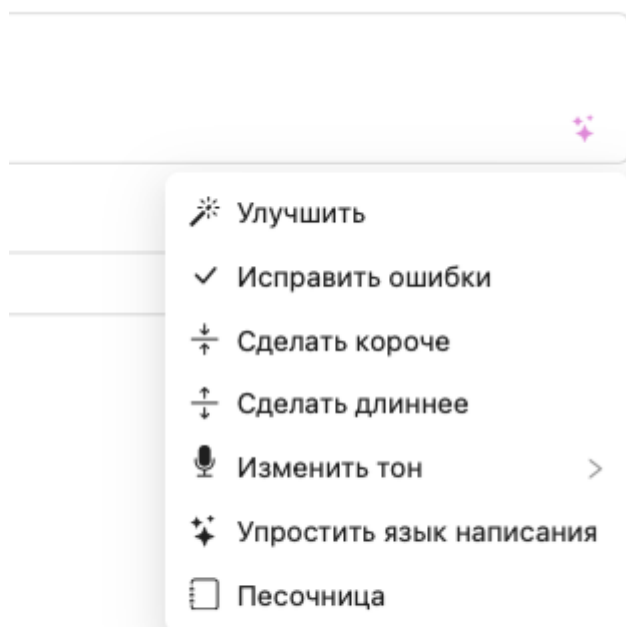
Укажите Заголовок и Описание push-уведомления. Старайтесь делать заголовок и описание короткими и конкретными, так как уведомление, что получит клиент, не позволит отобразить весь текст, если он будет большим, и возможно клиент не поймет темы рассылки и не нажмет на уведомление, чтобы прочитать подробнее.

Например, если тема вашей рассылки, что завтра будет скидка на группу товаров, то начните свой заголовок и описание с этого, а далее уже можно описать менее значительную информацию:

Заголовок: Завтра скидка 10% на выпечку

Описание: Только завтра скидка 10% на выпечку в нашем заведении, ждем вас по адресу Пушкина 10. Попробуйте нашу выпечку.

По желанию можете воспользоваться AI помощником, чтобы проверить ваш текст или изменить его.



Дата и время

Укажите дату и время рассылки. Мы советуем установить приемлемое для рассылки время: избегайте ночных рассылок или рассылок в очень раннее время; учтите, что в будни рассылка в 8:00 или 9:00 утра уместна, а в выходные такая рассылка может быть пропущена вашими клиентами, поэтому советуем указать 10:00 или 11:00, если вам надо сделать рассылку как можно раньше в начале дня.

← Назад

Данные

Содержание и дата

Таргетирование

Статистика

Начисление баллов

Сохранить изменения

Заголовок

Содержание

Дата и время рассылки

В разделе Таргетирование настройте получение рассылки нужными категориями клиентов.

Заведения

Укажите клиенты каких ваших заведений получают эти уведомления. Это значит, что если клиент посетил ваше Заведение X, то он попадет в вашу рассылку. Если надо отправить всей базе пользователей, то выберите все заведения, что у вас есть.

Например, рассылку про новую акцию в ваших заведениях можно отправить всем вашим клиентам, а рассылку на тему, что одно из ваших заведений завтра не будет работать или только в нем завтра будет уникальное предложение, следует отправить только тем клиентам, которые его посещают.

← Назад

Данные

Содержание и дата

Таргетирование

Статистика

Начисление баллов

Сохранить изменения

Заведения

Не выбрано

RFM группа клиентов

Дата регистрации

Последняя покупка

Кол-во покупок

Сумма покупок

Нажмите на поле Заведения и в открывшемся окне выберите нужные заведения, затем нажмите на кнопку со стрелкой, и заведения будут перенесены в список выбранных.

Заведения

Все:

Поиск

☒ COFFEE WAY на Варшавском шоссе

☒ Coffee Way & Urban Baker, ТРЦ Ривьера

☒ Coffee Way & Urban Baker, ул. Советская, д. 64

☐ Coffee Way & Urban Baker, ул. Стаханова, д. 59

☐ Coffee Way ТЦ Северное Сияние

☐ Coffee Way в Романово

☐ Coffee Way д.22

☐ Coffee Way на Ангарской

☐ Coffee Way на Ворошилова

☐ Coffee Way на Куйбышева

Найдено: 138

10 / стр.

Выбраны:

Поиск

Нет данных

Очистить

Заккрыть

После этого можно закрыть окно, выбранные заведения будут отображаться в соответствующем поле.

← Назад

Данные

Содержание и дата

Таргетирование

Статистика

Начисление баллов

Сохранить изменения

Заведения

COFFEE WAY на...ршавском шоссеCoffee Way & U...r, ТРЦ РивьераCoffee Way & U...ветская, д. 64

RFM группа клиентов

Дата регистрации

Последняя покупка

Кол-во покупок

Сумма покупок

RFM-группа

По желанию вы можете указать RFM группу клиентов, которые попадут в эту рассылку, например, только VIP клиенты. Это полезно, если ваша рассылка направлена на определенную группу клиентов. Если рассылка массовая, то оставьте это поле пустым.

← Назад

Данные

Содержание и дата

Таргетирование

Статистика

Начисление баллов

Сохранить изменения

Заведения

COFFEE WAY на...ршавском шоссеCoffee Way & U...r, ТРЦ РивьераCoffee Way & U...ветская, д. 64

RFM группа клиентов

Кол-во покупок

Сумма покупок

Дополнительно можно сделать настройку по датам регистрации клиентов, по последней покупке, по количеству покупок и сумме покупок.

Дата регистрации

Настройка по датам регистрации клиентов хороша для настройки предложений для новых пользователей, чтобы повысить их вовлеченность, а также позволяет вернуть к активному совершению покупок старых клиентов.

Последняя покупка

Эта настройка помогает предложить дополнительные товары клиентам, которые недавно что-то приобрели, и напомнить о себе клиентам, которые давно не покупали.

Количество покупок

Настройка по количеству покупок может помочь выбрать группу постоянных клиентов для награждения их специальными предложениями или скидками, чтобы укрепить их лояльность и стимулировать их к дальнейшим покупкам.

Сумма покупок

Сегментация клиентов по общей сумме, потраченной на покупки, выявляет клиентов с высокой покупательной способностью, что позволяет создавать персонализированные предложения.

Статистика

В разделе статистика после выполнения рассылки появится информация о ее результатах.

Начисление баллов

В этом разделе есть возможность сделать начисление баллов тем пользователям, для которых вы настроили данную рассылку. Рекомендуем дополнительно указать эту информацию в содержании рассылки, чтобы клиенты не пропустили информацию о начислении баллов.

← Назад

Данные

Содержание и дата

Таргетирование

Статистика

Начисление баллов

Shift+1

Shift+2

Shift+3

Shift+4

✓

Сделать начисление баллов получателем рассылки

Кол-во баллов

Время жизни баллов (дней)

Сохранить изменения

...

Сохранение рассылки

После заполнения данных рассылки нажмите кнопку "Сохранить изменения", и ваша рассылка будет создана.

Как только время рассылки настанет, она будет выполнена автоматически.