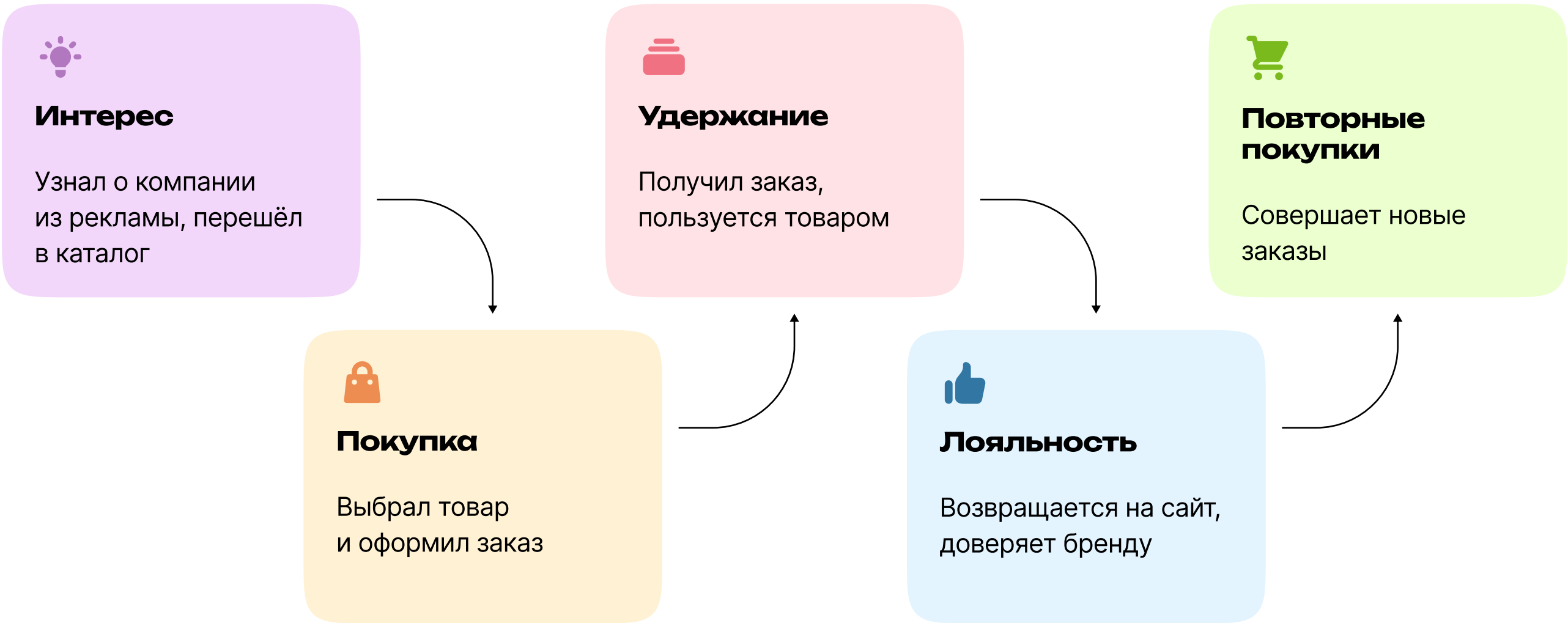


Практический гайд для маркетологов
по автоматизации клиентского пути

Гайд автоматических сценариев, которые повысят продажи: от первого клика до повторной покупки

Часть пользователей неизбежно уходит на каждом этапе клиентского пути

Задача бизнеса — вовремя это заметить и помочь человеку сделать следующий шаг. В этом гайде разбираем ключевые этапы и показываем сценарии, которые автоматизируют эту работу



Как помочь пользователю пройти путь от клика до покупки?

Нужна платформа, которая объединяет данные о клиентах, помогает сегментировать аудиторию и автоматически запускает персональные коммуникации

Sendsay объединяет все эти инструменты в одной платформе:

Что получает маркетинг

Рост конверсии без привлечения трафика

Единая платформа вместо 5-6 инструментов

Персонализация без ручной сегментации

Автоматизация рутинных задач

Понятная аналитика

Что получает бизнес

Рост заказов

Рост повторных покупок

Увеличение LTV

Быстрый возврат инвестиций

Контроль всей коммуникации с клиентом

Этап 1

Первый клик

Заинтересовать и мотивировать на первый заказ

Реклама привела пользователя на сайт: он подписался на рассылку, зарегистрировался или оставил контакты. Интерес уже появился, но до покупки ещё далеко — если не продолжить общение, человек может просто забыть о компании

Что поможет

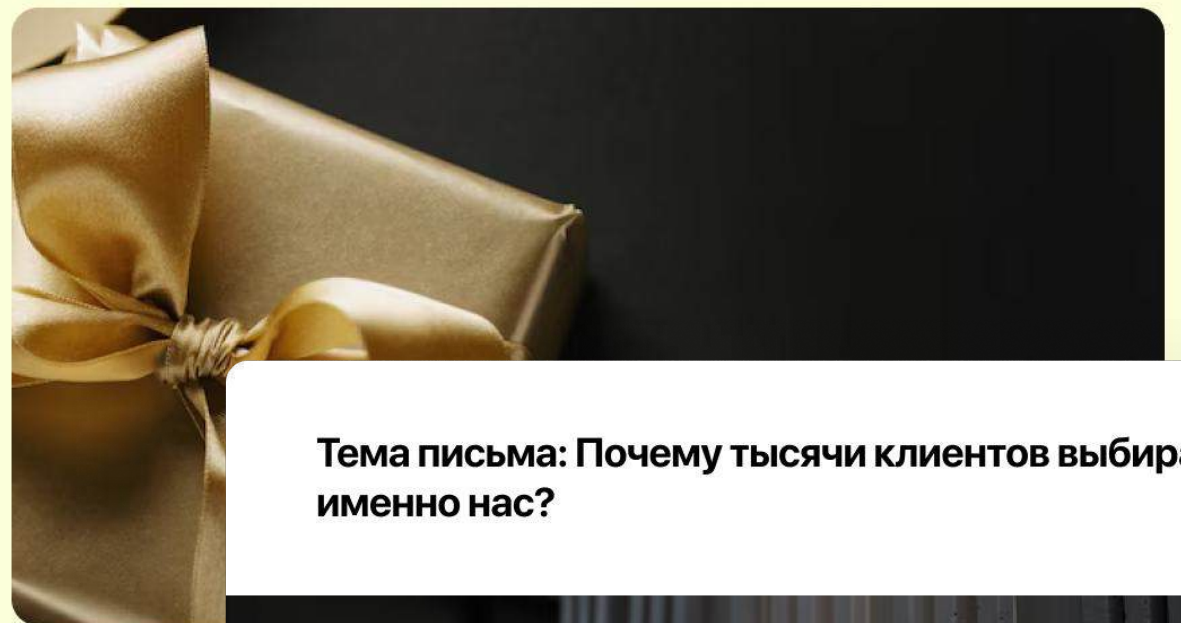
Welcome-цепочка — приветственная серия писем, которая автоматически знакомит нового подписчика с брендом. Например:

- **Сразу после подписки** — благодарность, ожидания от рассылки и бонус на первый заказ
- **Через 1–2 дня** — чем вы отличаетесь от конкурентов, популярные товары, отзывы и преимущества
- **Ещё через пару дней** — ответы на частые вопросы и дополнительный стимул оформить первый заказ

Что происходит «за кулисами»

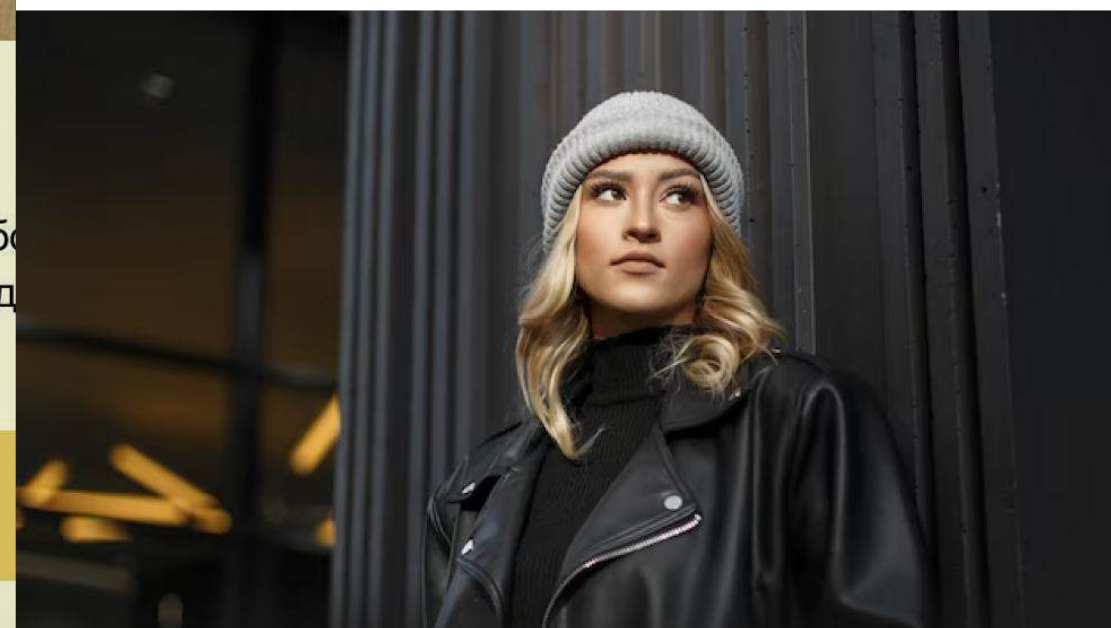
Платформа отслеживает действия пользователя и автоматически меняет сценарий. Если клиент уже совершил покупку, welcome-цепочка остановится, а вместо неё запустятся сценарии для новых покупателей

Тема письма: Добро пожаловать! Ваш подарок внутри 📁



Тема письма: Почему тысячи клиентов выбирают именно нас?

Спасибо
одежде



Тема письма: Покупать у нас легко и безопасно!

Logo Company



Здравствуйте, Николай!

Хотим рассказать о преимуществах покупок в нашем магазине:

- Быстрая и удобная доставка (1-3 дня по России)
- Несколько способов оплаты: картой, наличными, электронными деньгами
- Простая система возврата и обмена в течение 14 дней
- Всегда на связи дружелюбная служба поддержки

Этап 2

Клиент интересовался, но ушёл без покупки

Один из самых дорогих этапов: вы уже привели человека на сайт, но заказа так и не произошло. Возможно, он отвлёкся, решил сравнить предложения или просто отложил покупку. На этом этапе важно вовремя напомнить о себе и помочь вернуться

Какие сценарии помогут

✓ Брошенная корзина

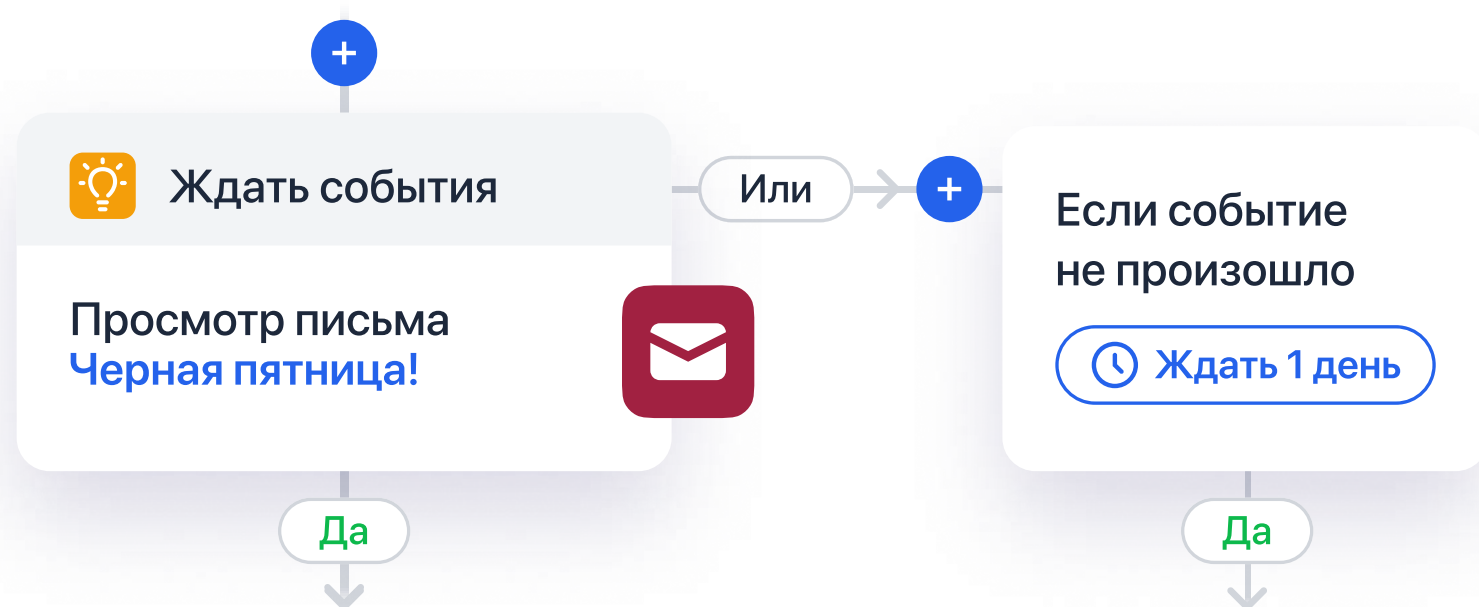
Пользователь добавил товар в корзину, но не оформил заказ. Напомните о покупке, а если заказа всё ещё нет — предложите похожие товары или бесплатную доставку

✓ Брошенный просмотр и категория

Клиент изучал товар/категорию, но не купил. Напомните ему в рассылке об этом, покажите отзывы, характеристики, похожие модели или выгодные предложения

✓ Снизилась цена на товар в корзине или избранном

Если товар в корзине или избранном подешевел, отправьте уведомление — это хороший повод завершить покупку



Любые другие действия

Автоматические сценарии можно запускать практически после любого события, которое вам нужно

💬 Советы экспертов Sendsay

Каждый сценарий запускается автоматически в ответ на действия пользователя. Благодаря этому клиент получает сообщение когда оно актуально

Этап 3

Как удержать после первой покупки

Первая покупка — это начало отношений с клиентом. Именно повторные заказы помогают увеличить выручку и превратить разового покупателя в постоянного

Какие сценарии помогут

✓ Онбординг после покупки

Серия писем помогает клиенту на каждом этапе: подтверждает заказ, объясняет, как пользоваться товаром, и предлагает подходящие сопутствующие товары

✓ Транзакционные письма

Подтверждение заказа, оплаты, изменения статуса доставки и электронный чек — это возможность предложить программу лояльности или персональные рекомендации

✓ Напоминание о повторной покупке

Если товар регулярно заканчивается, письмо можно отправить, когда он, скорее всего, уже израсходован. Например, это особенно эффективно для косметики, корма для животных, бытовой химии или кофе

Что происходит «за кулисами»

Платформа учитывает историю покупок каждого клиента и автоматически подбирает подходящие сценарии и рекомендации на основе уже приобретённых товаров

Тема письма: Ваш заказ принят в работу!

Logo Company



Здравствуйте, Мария!

Спасибо за ваш заказ №889955423! Мы уже начали его сборку и

Тема письма: Максимум пользы от вашего заказа!

Logo Company

Здравствуйте, Александр!

Мы хотим, чтобы ваша покупка приносила максимум пользы и радости. Вот несколько советов по эффективному использованию вашего нового спортивного оборудования:

- Даже если кажется, что всё очевидно, ознакомьтесь с руководством.
- Освойте сначала основные движения, а затем переходите к сложным вариациям.



Товары, которые идеально дополнят вашу покупку:



Гантели
850 ₽



Гантели
850 ₽

Этап 4

Постоянные клиенты — главный источник роста

Чем дольше человек остаётся клиентом, тем меньше стоит каждая следующая продажа. Поэтому задача — сделать так, чтобы человек чувствовал ценность отношений с брендом, а не просто получал очередные скидки

Какие сценарии помогут

✓ Программа лояльности

Напоминайте о накопленных баллах, новых уровнях программы и персональных скидках — это мотивирует возвращаться снова

✓ Рассылки по VIP-сегменту

Самым активным клиентам можно раньше других рассказывать о новинках, закрытых распродажах и специальных предложениях

✓ Персональные поздравления

Поздравляйте клиентов с днём рождения, годовщиной первой покупки или регистрации и дополняйте письмо небольшим подарком или бонусом

Что происходит «за кулисами»

Платформа помогает автоматически выделять самых ценных клиентов по частоте покупок, общей сумме заказов, интересам и активности. Благодаря этому разные сегменты получают разные предложения, а не одинаковые письма

💬 Советы экспертов Sendsay

Лояльность строится не только на скидках. Используйте персональные предложения, бонусы и эксклюзивный контент — это помогает клиентам чувствовать, что бренд действительно учитывает их интересы



Светлана

Следит за модой

VIP-статус

Тема письма: Лето! Пора обновляться!

Пора обновляться!

Дарим вам **5 000 бонусов** за то, что вы с нами уже так долго.



За покупками!

Сегмент:

👁 VIP-ста

Все, кто соо

Оформлял з

Верхняя од

Не менее

За последние 30 дней

+ [Добавить условие](#)

Этап 5

Возвращаем интерес к бренду

Даже самые лояльные клиенты могут перестать открывать письма, покупать или просто пропадают. Это нормально, но прежде чем окончательно исключить их из коммуникаций, стоит попробовать вернуть интерес

Какие сценарии помогут

✓ Реактивация

Если клиент давно не покупал или перестал читать письма, отправьте ему персональное предложение: расскажите о новинках, покажите товары, которые могут его заинтересовать, или напомните, что изменилось за последнее время

✓ Отзывы и обратная связь

Не все письма должны продавать. Иногда полезнее спросить клиента о впечатлениях от покупки или сервиса — это помогает выявить слабые места и улучшить клиентский опыт

Что происходит «за кулисами»

Платформа отслеживает активность клиентов и автоматически запускает сценарий реактивации, если пользователь долго не открывает письма, не заходит на сайт или не совершает покупки

Тема письма: Оставьте отзыв о кофейне

Оцените ваш визит:

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Расскажите подробнее о своих впечатлениях:

Введите текст

Отправить отзыв

Тема письма: Нам важно ваше мнение + специальный бонус!

Logo Company



Здравствуйте, Виктор!

Надеемся, что вы довольны своим новым спортивным оборудованием! Нам очень важно ваше мнение — уделите минутку, чтобы пройти короткий опрос:

Пройти опрос

💬 Советы экспертов Sendsay

Не пытайтесь вернуть клиента только скидкой. Новые товары, персональные рекомендации, полезный контент или просьба поделиться обратной связью часто работают эффективнее

Как собрать этот путь у себя

Все сценарии в этом гайде работают по одному принципу: каждое следующее сообщение зависит от действий клиента

- **подписался** — получил приветственную цепочку,
- **добавил товар в корзину** — получил напоминание,
- **оформил заказ** — перешёл в сценарий удержания,
- **перестал покупать** — получил реактивационную кампанию.

Чтобы всё это работало **автоматически**, нужно собирать данные о клиентах, отслеживать действия и запускать коммуникации в нужный момент

Что нужно для запуска

✓ Единый профиль клиента

Все данные о клиенте — действия на сайте, покупки, обращения, открытия писем и другие события — собираются в одной карточке. Благодаря этому каждая следующая коммуникация учитывает историю взаимодействия, а не отправляется «вслепую»

✓ События клиента

Любое действие может стать поводом для автоматической коммуникации: регистрация, просмотр товара, клик в письме, оформление заказа, долгое отсутствие покупок и многое другое

👤 ID клиента 1

👁️ Просмотр товара 11:44



👤 ID клиента 2

👉 Перешёл по ссылке в 11:51

Как запустить коммуникации

✓ Сегменты

Объединяйте клиентов по интересам, покупкам, активности и любым другим параметрам, чтобы отправлять каждому только релевантные сообщения

✓ Автоматические сценарии

Один раз настройте приветственную цепочку, брошенную корзину, реактивацию, рекомендации товаров и другие сценарии — дальше они будут запускаться автоматически в нужный момент и сопровождать клиента на всём пути

Всё это есть в CDP Sendsay

Здесь вы можете собрать данные о клиентах, сегментировать аудиторию и настроить автоматические сценарии для каждого этапа клиентского пути — от первого касания до повторной покупки

Попробуйте бесплатно
и настройте первые
автоматические сценарии
в CDP Sendsay

[ПОПРОБОВАТЬ БЕСПЛАТНО](#)