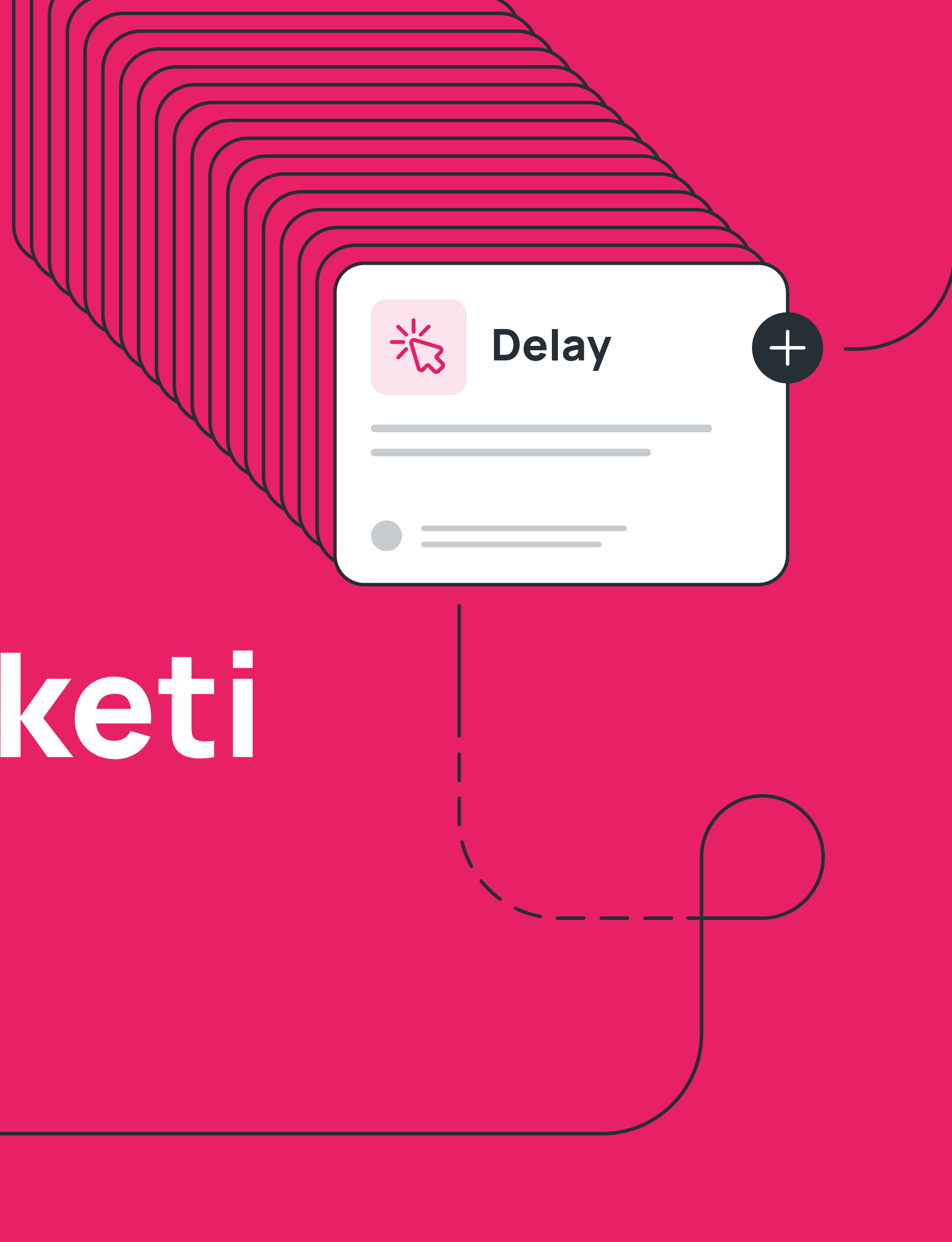


# E-kaubanduse automaatikapaketi struktuur

Loodud Smaily poolt ♥ 2022



# Tervituskiri

Mis see on ja millal võiks saata?

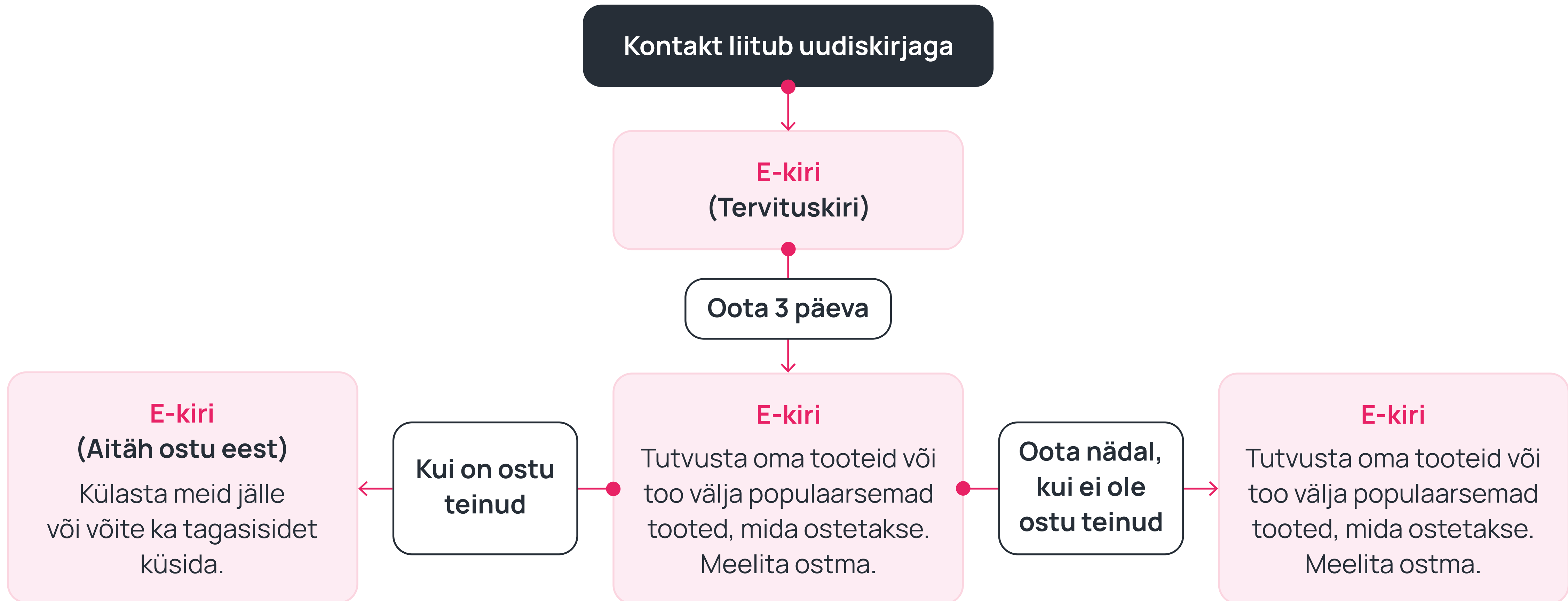
## Mis see on?

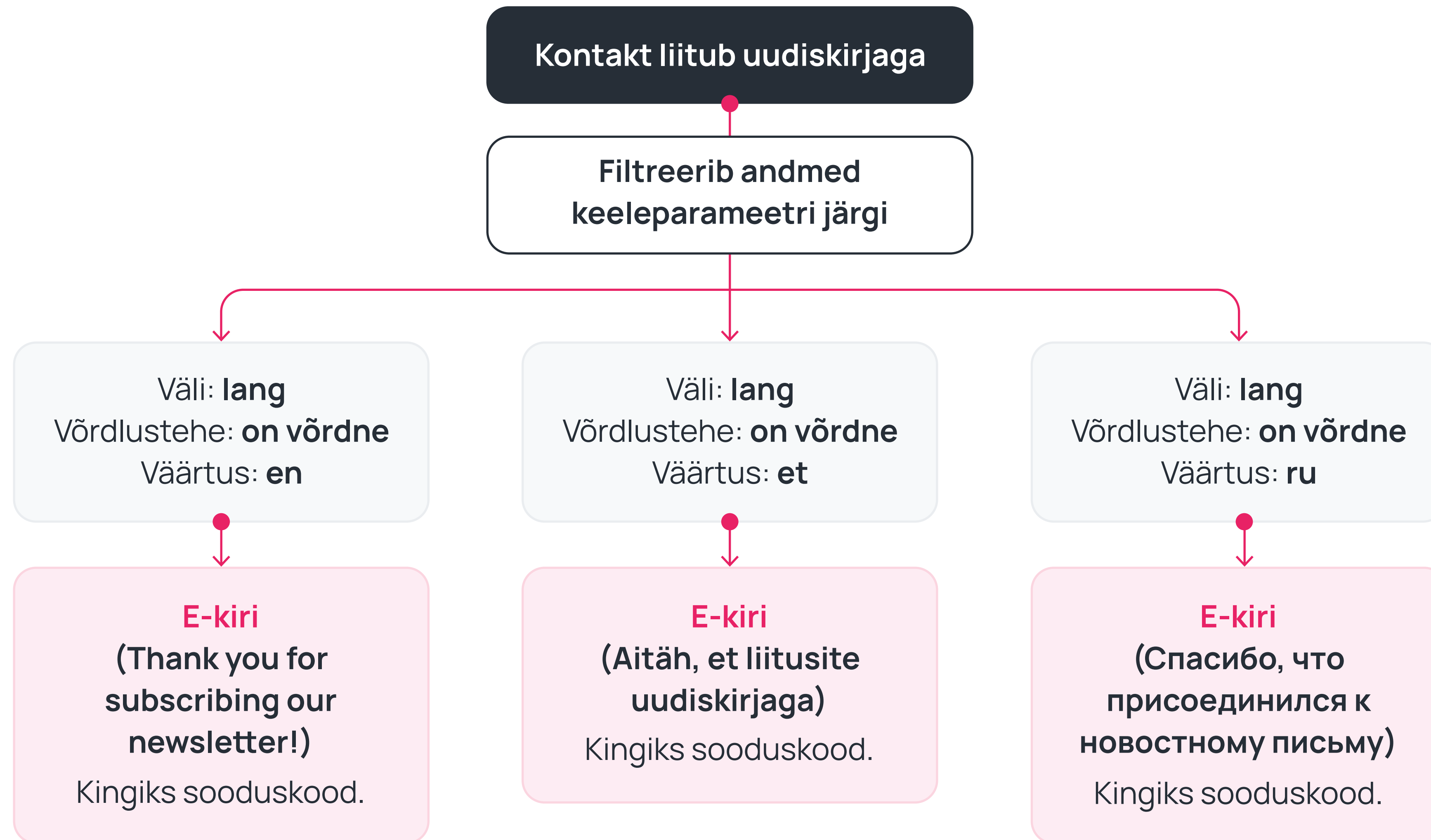
### Tervita klienti liitumise puhul

See on tihti esimene kiri, mida klient sinult saab, seega tee see võimalikult eriliseks. Mõttele esmalt kliendile ja sellele, mida saad just temale pakkuda. Muuhulgas võid esile tuua kõik aspektid, mis muudavad sinu kaubamärgi ainulaadseks ning rääkida oma brändi lugu – sedasi seod kliendi emotsionaalselt endaga paremini ära. Lisa kirja jalusesse sotsiaalmeedia nupud, et klient saaks ka nende kaudu sinu tegemistega kursis olla. Samuti võid kasutada tervituskirja selleks, et uurida, kuidas klient sinuga kõige meelsamini suhtluses olla soovib: kui tihti kirju saada, millised temaatikad teda huvitavad jne. Tihti pakutakse e-poodide tervituskirjas ka sooduskoodi. Tee endast kõik võimalik, et kiri pakuks kliendile väärtust.

## Millal võiks saata?

Saadetakse kõigile, kes uudiskirjaga liituvad ja kohe, kui vorm täidetakse. Selleks loo vastav automaatika, õpetuse leiad siit: <https://smaily.com/et/help/juhendid/automaatika/tervituskirja-automaatika-toovoog>





# Konto loomise kiri

Mis see on ja millal võiks saata?

## Mis see on?

### Teavita klienti konto loomisest veebis

See on veidi tehnilisem kiri, millega annad kliendile teada, et tema andmetega on loodud uus konto. Kirja sisus õnnitle klienti konto loomise puhul. Samuti on heaks tavaks kirjas kuvada kasutajanimi, millega konto loodi, kuna sedasi on kliendil hiljem lihtne seda infot otsida. Võimalikult mugava kogemuse pakkumiseks lisa kirjale ka CTA nupp, millega klient kohe oma kontole ligi pääseb.

## Millal võiks saata?

Saadetakse neile, kes loovad kodulehel/e-poes endale konto. Kiri saadetakse välja samal päeval, esimesel võimalusel peale konto loomist.

# Tavapoe kliendi tervitamine ja registreerimine

Mis see on ja millal võiks saata?



## Mis see on?

### **Teavita klienti konto loomisest poes**

Kui klient loob konto poes, siis on hea talle ka sellest teavituskiri saata. Kirjas too välja, kellele konto loodi. Kui tegu on kliendikaardist teavitava kirjaga, siis too välja, milliseid boonuseid kaardi omamine annab.

## Millal võiks saata?

See kiri saadetakse välja siis, kui klient teeb endale kliendikaardi või loob endale konto füüsilises poes. Kiri saadetakse välja samal või järgmisel päeval.

# Hüljatud ostukorv

Mis see on ja millal võiks saata?

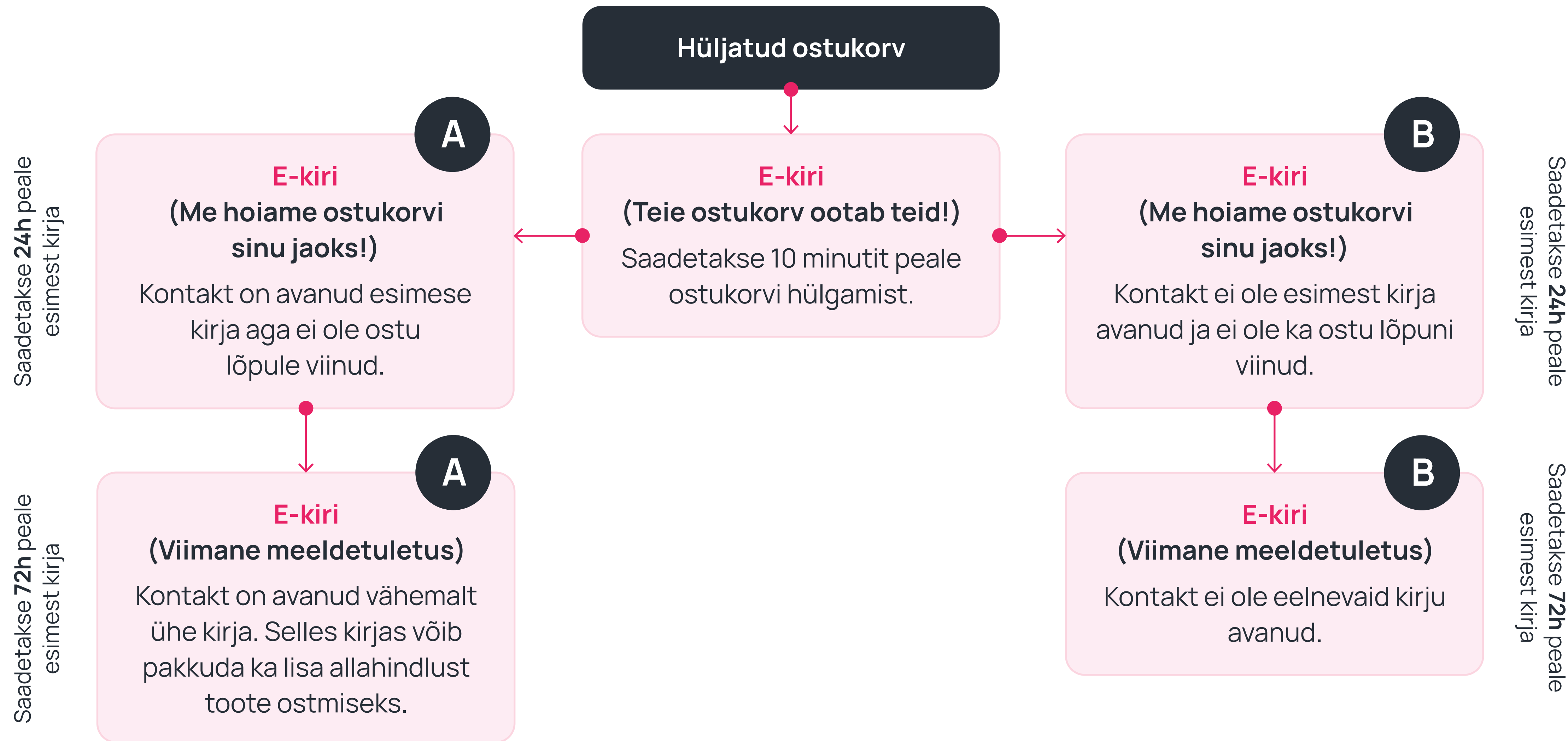
## Mis see on?

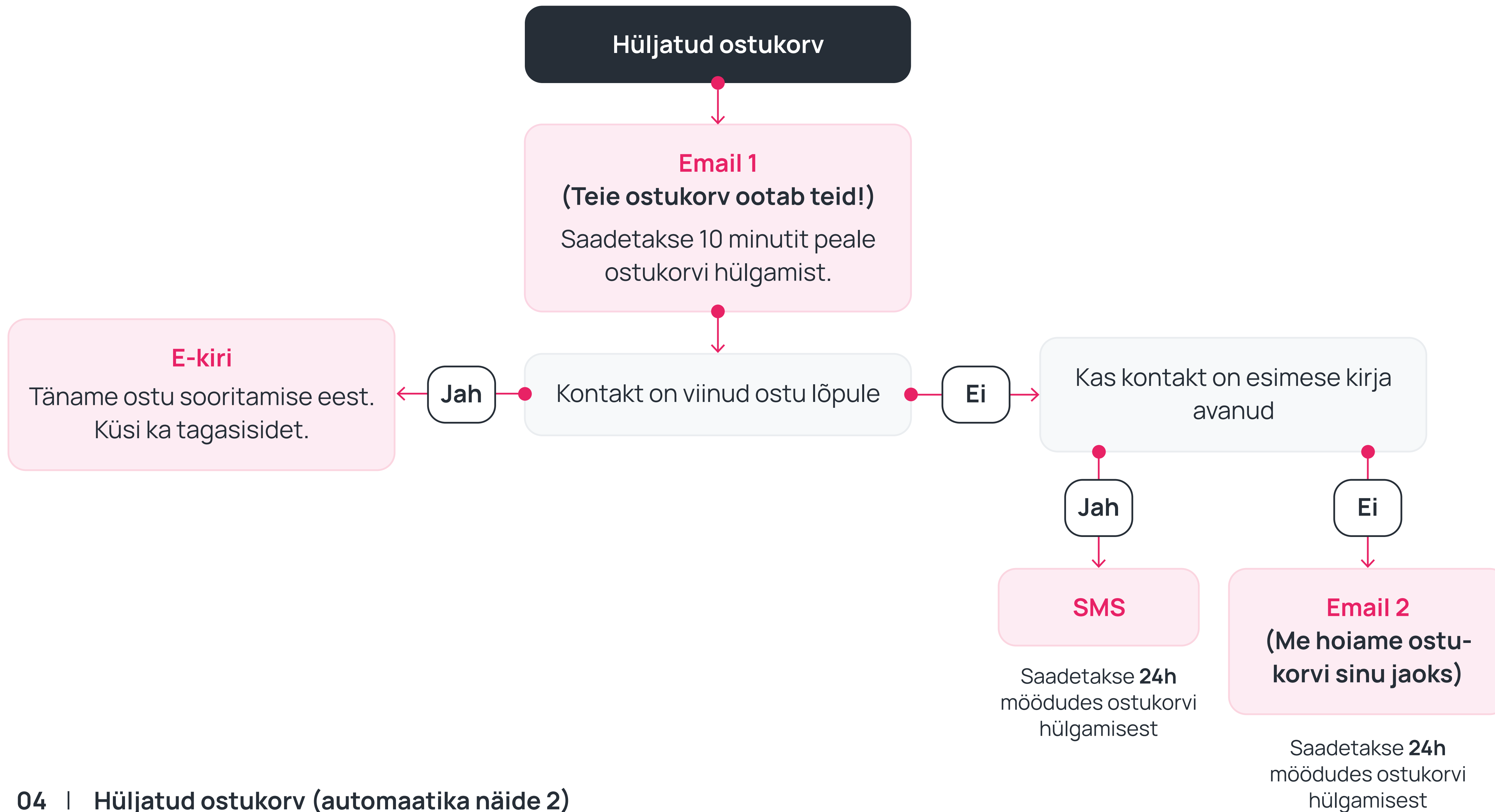
### Hüljatud ostukorvi automatiseerimine

Toodete korvi jätmine on tavapärane käitumine, mis ei tähenda, et klient tegelikult neid asju osta ei soovinud. Väga tihti tuleb lihtsalt midagi vahele. Seetõttu pane kindlasti tööle hüljatud ostukorvi automaatika, millega tuletad kliendile meelde tooteid, mis veel tema omaks pole saanud. Kindlasti kasuta kirjavõhjas dünaamilist sisu ehk hüljatud toodete nimetust, pilti ja hinda. Ära unusta lisada nuppu, millega klient saab kiiresti oma ostukorvi tagasi, et maksa minna.

## Millal võiks saata?

Saata välja kirjade seeriana. Võimalusel SMS-ina. Esimene kiri võiks välja minna 10 minuti jooksul peale ostukorvi hülgamist. Kolmanda kirja peaks 72h jooksul saatma neile, kes ei ole kuni selle ajani eelnevatele kirjadele reageerinud.





# Ristmüük ja ülesmüük

Mis see on ja millal võiks saata?

## Mis see on?

### Ristmüügi ja ülesmüügi automaatika seadistamine

Mõnikord võib sinu veebipoes pakutavate valikute arv olla kliendile väsitavalt suur. Vahel ei ole klientidel lihtsalt piisavalt aega põhjaliku otsingu tegemiseks. Ristmüügi (*cross-selling*) või ülesmüügi (*upselling*) automatiseerimine aitab innustada sellistes raskustes ostjaid leidma täpselt seda, mida nad otsivad. Kasuta seda automatiseerimise võimalust mõndade oma teiste toodete või teenuste tutvustamiseks. Saad seda teha, valides isiklikult välja mõned oma parimad või enimmüüdud kaubad, või kasutades automaatset tootesoovituste funktsiooni. Nii saad teha soovitusi konkreetse kasutaja ja sarnaste klientide ostuajaloo põhjal.

## Millal võiks saata?

Ristmüük: Kui klient on ostnud konkreetse toote, tehakse mingi aja möödudes pakkumine kas sarnasele tootegrupile või pakutakse lisatooteid, mis on konkreetse ostuga seotud (näiteks tolmuimeja puhul pakutakse lisaks ka tolmukotte). Ülesmüügi kirjad saadetakse samuti klientidele, kes on ostu sooritanud. Paku neile nende varasema ostu põhjal uut/paremat versiooni sellest teenuse või toote tüübist, mille nad ostsid (näiteks Spotify üksiku litsentsi asemel paku Family teenust).



# Tsüklil põhinev müük

Mis see on ja millal võiks saata?



## Mis see on?

### **Tsüklilise müügi automatiseerimine**

Osad brändid müüvad tooteid, mida kliendid teatud ajavahemiku möödudes uuesti ostavad. Sellisel juhul võib klienti rõõmustada kiri, mis tuletab meelde, et on aeg varusid täiendada.. Selleks sea üles automaatne e-kiri, mis tuletab kliendile meelde oma varem ostetud kaupadele uus tellimus teha. Selliste regulaarselt tellitavate toodete alla kuuluvad näiteks retseptiravimid, lemmikloomatoit, ilutooted jne. Kui sinu klient soovib toodet regulaarselt kasutada, hindab ta sinu meili kindlasti.

## Millal võiks saata?

Paku tooteid, mida ostetakse regulaarselt. Saatmise aeg oleneb sinu toote kasutamise ajast. Näiteks kui müüd igapäevaseid toidulisandeid, millest piisab kliendile tavaliselt kuueks nädalaks, siis automatiseeri täiendusmeil viie nädala pärast peale kliendi viimast ostu.

# Kliendi poodi kutsumise kiri

Mis see on ja millal võiks saata?

## Mis see on?

### **Vanad kunded uuesti püsiklientideks**

Uuesti poodi kutsumise kirja võib saata varem regulaarselt poodi külastanud püsikundedele, kes on mingil põhjusel ära kadunud. Kirja sisuks võib olla sooduskood poe külastamiseks, tänades klienti pikaaegse hea suhte eest. Kirja sisuks võib olla sooduskood poe uuesti külastamiseks, tänades klienti pikaaegse hea suhte eest.

## Millal võiks saata?

Need kirjad saadetakse neile, kes ei ole ühelgi viisil mingi perioodi jooksul aktiivsed olnud.

# Taaskaasamise ja taasaktiveerimise kirjad

Mis see on ja millal võiks saata?

## Mis see on?

### **Kliendi taaskaasamise meilid (või “tagasivõitmise meilid”)**

Automaatsed taaskaasamise e-kirjad saadetakse tellijatele, kes pole eelnevalt kindlaksmääratud aja jooksul oma sõnumitega suhelnud. Vahel võib juhtuda, et klient vahetab kasutatavat brändi või lihtsalt ei kasuta enam oma postkasti. Sinu eesmärk on hoida oma nimekirjas ainult aktiivseid kliente. Seetõttu on hea vahepeal vähemaktiivsetelt adressaatidelt üle küsida, kas nad endiselt soovivad kirju saada. Võid neile saata sooduskoodi, et neid tagasi võita. Samuti võid teavitada uutest või populaarseimast toodetest.

## Millal võiks saata?

Kiri saadetakse neile, kes ei ole mingi konkreetne, varem kindlaksmääratud aeg ühtegi kirja avanud. See päevade arv jääb sinu (ettevõtte) otsustada, kuid soovitatav on saata taaskaasamise kiri mitte varem kui 180 mitteaktiivse päeva järel.

# Sünnipäevapakkumised

Mis see on?

# Mis see on?

---

## Poe sünnipäevakampaania

Väga populaarsed kampaaniad on need, mille puhul pood annab teada oma sünnipäevast ja teeb selle puhul teatud toodetele erihinna. Kirja saab ilusasti ette valmis teha ja ajastada just õigele hetkele.

# Pakkumine kliendi sünnipäeva puhul

Mis see on ja millal võiks saata?



## Mis see on?

### Kliendi sünnipäevaõnnitus

Igaühele meeldib, kui tema erilist päeva meeles hoitakse. Selleks, et kiri kliendile ka väärtust pakuks, tee näiteks kliendile sünnipäeva puhul tema lemmiktootele erihind.

## Millal võiks saata?

Sea üles automaatika kliendi sünnipäevale.

Õpetuse leiab siit: <https://smaily.com/et/help/juhendid/automaatika/sunnipaeva-automaatika-toovoog/>

# Tellimusega seotud e-kirjad

Mis see on ja millal võiks saata?

# Mis see on?

## Tellimuse kinnituskiri

See automaatne e-kiri on justkui kviitung, mis võtab kliendi jaoks kokku tema tellimuse üksikasjad. Tüüpiline kinnitus sisaldab tooteteavet ning tarne- ja arveldusandmeid. Sedasi on kliendil kindlustunne, et kõik on korras ja tal jääb üle vaid kauba saabumist oodata.

## Kauba teelesaatmise kinnitus

See e-kiri annab kliendile teada, et kaup on komplekteeritud ja kullerfirmale üle antud. Lisa kirjale võimalusel saadetise jälgimislink.

## Paki saabumise e-kiri

Antud e-kiri pole kohustuslik, kuid võib olla kliendile lisakindlust tekitada. Lisaks on seda hea lisada, kui paki teekonna jälgimise varianti ei ole või pakk tuleb pika perioodi jooksul.

# Millal võiks saata?

## Tellimuse kinnituskiri

Kiri saadetakse välja kohe peale tellimuse esitamist.

## Kauba teelesaatmise kinnitus

Nagu nimigi viitab, saadetakse teelesaatmise kinnitus siis, kui kaup alustab oma teekonda kliendini.

## Paki saabumise e-kiri

Kiri saadetakse teele siis, kui oodatav kaup on juba kliendi piisavasse lähedusse jõudnud.

# Ostujärgsed tänukirjad

Mis see on ja millal võiks saata?

## Mis see on?

### **Kliendi tänamine ostu eest**

Kui ostukinnitus on tehnilise sisuga kiri, siis tänukiri on pigem emotsionaalsema sisuga. See võib sisaldada muuhulgas kasulikke nippe ostetud toote kohta. Kirja mõte on suurendada kliendi lojaalsust ja temale heameelt valmistada.

## Millal võiks saata?

Kiri saadetakse välja siis, kui klient on tellimuse kätte saanud.

# Rahuloluküsitlus

Mis see on ja millal võiks saata?

## Mis see on?

### Rahuloluküsitlus pärast ostu

Kõige suurem rõõmutunne oma ostu üle on kliendil ostu tehes ja seda kätte saades. Seetõttu on õige pea peale kauba kohaletoimetamist hea küsida, kuidas klient ostuga rahule jäi. Samuti võid küsida soovitusi, et kliendi tagasisidet oma kodulehel ka teistele kuvada.

## Millal võiks saata?

Üks jätkukirjadest, mis saadetakse kliendile peale tellimuse kinnituse e-kirja. Klient saab selle e-kirja siis, kui ta on kauba kätte saanud.

# Kliendiandmete uuendamise palve

Mis see on ja millal võiks saata?



## Mis see on?

### **Kliendiandmete uuendamine**

Selleks, et ei saadetakse uudiskirja valele meiliaadressile või ei soovitataks lähimalasuva poena vales kohas asuvat varianti, on mõistlik aeg-ajalt kliendi andmed üle kontrollida. Seadista vastavasisuline kiri, mis suunaks klienti oma profiili uuendama, et kõik vajalik info oleks ajakohane.

## Millal võiks saata?

Saadetakse kliendile kord kahe aasta jooksul.

# Laoseisu automaatika kiri

Mis see on ja millal võiks saata?

## Mis see on?

### **Tooted laos – teavitus (back in stock)**

Vahel võib e-poes olla üleval mingi klienti huvitav toode, mida parasjagu laos ei ole (ehk mida osta ei saa). Sel juhul saad kodulehel lisada kauba juurde nupu “Teavita mind, kui toode on uuesti laos”. Antud võimalus kutsub kliente teavituse saamiseks registreeruma. See on suurepärase lahendus nii kliendile kui ka e-poele. Ettevõtte ei kaota potentsiaalseid kliente ja teenib tulu edasi, samas saab klient oma soovitud kauba kätte, teades ka edaspidi, et seda e-poodi saab usaldada.

## Millal võiks saata?

Saadetakse siis, kui kaup on tagasi laos. Vajab liidetust laosüsteemiga.

# Lojaalsusprogrammi kirjad

Mis see on ja millal võiks saata?

## Mis see on?

### **Eksklusiivsed kirjad lojaalsetele klientidele**

Lojaalseid kliente tasub kõige rohkem hoida ja poputada, seega tee neile erilisemaid uudiskirju. Saada neile ostuajalool põhinevaid pakkumisi ja lisa sekka soovitusi, mis kliendile veel võiksid huvi pakkuda. Lisa kindlasti eripakkumisi ainult lojaalsetele klientidele, et väljendada tänulikkust ja tekitada kliendis uhkust ainulaadsuse üle.

## Millal võiks saata?

Lojaalsusprogrammi saatmise aja ja sageduse osas kuldset reeglit ei ole. See oleneb sinu poes müüdavatest toodetest või teenustest ning ettevõtte otsusest. Kui on tegemist tihti külastatava toidupoeaga, võib püsiklientidele saata selliseid pakkumisi korra nädalas. Nende kirjade sageduse selgitamiseks analüüsi oma müüdava kauba otstarvet ja inimeste tarbimisharjumusi ning pea alati silmas, et sa kliente üleliigsete kirjadega ei koormaks.

# Ürituse kutse ja registreerumine

Mis see on ja millal võiks saata?

## Mis see on?

### Üldine ürituste kutse ja registreerumise e-kirjade seeria

Võid korraldada üritust, kuhu on sissepääsuks vaja eelnevalt registreeruda, või soovid läbi viia näiteks veebiseminar. Saada oma meililistile või konkreetsele segmendile üritust reklaamiv kutse. Selleks, et teaksid osalejate hulgaga arvestada, on mõistlik eelnevalt luua registreerumise vorm ja paika panna sellele vastav e-kirjade seeria. Sinu ürituse õnnestumisele aitavad kindlasti kaasa ka meeldetuletusmeilid ja korduskutse. Peale sündmust on kena osalejatele tänumeiliga aitäh öelda, milles võib soovi korral ka tagasisidet küsida.

## Millal võiks saata?

Saada ürituse kutse välja siis, kui oled sündmuse peamise sisu juba paika pannud. Kinnituskiri laekub inimeste postkasti kohe peale registreerumist. Korduskutse saatmise vajalikkus ja aeg oleneb sellest, kui palju on sinu ürituseni aega jäänud, paljud on juba oma osalemist kinnitanud ning milline on sinu ürituse tüüp. Eriti soovitatav on saata korduskutse füüsilise ürituse puhul, veebis toimuvate sündmuste korral see nii oluline ei ole. Kindlasti pea silmas seda, et kutsutud saaksid ürituse kellaaja ja kuupäevaga arvestada.



