

ТЕОРИЯ

Тема: Въведение в А/В тестове и оптимизация на имейл кампании

1. Същност на А/В тестовете в имейл маркетинга

– А/В тестовете представляват сравнение между два варианта на имейл с цел установяване кой от тях постига по-добри резултати. Те позволяват вземане на решения на база реални данни, а не предположения.

- Вариант А и вариант В
- Тестване на тема
- Тестване на съдържание
- Тестване на бутон за действие

2. Основни показатели за измерване на резултатите

– Оптимизацията на имейл кампаниите се основава на анализ на конкретни метрики. Най-често се проследяват отваряния, кликвания и конверсии.

- Open Rate
- Click-Through Rate (CTR)
- Конверсии
- Bounce Rate

3. Процес на оптимизация на имейл кампании

– Оптимизацията включва системно тестване, анализ и прилагане на подобрения в следващите кампании. Целта е постигане на по-висока ефективност и по-добра възвръщаемост на инвестицията.

- Анализ на резултатите
- Подобряване на съдържанието
- Сегментиране на аудиторията
- Автоматизация

Изготвил: Цветелин Борисов