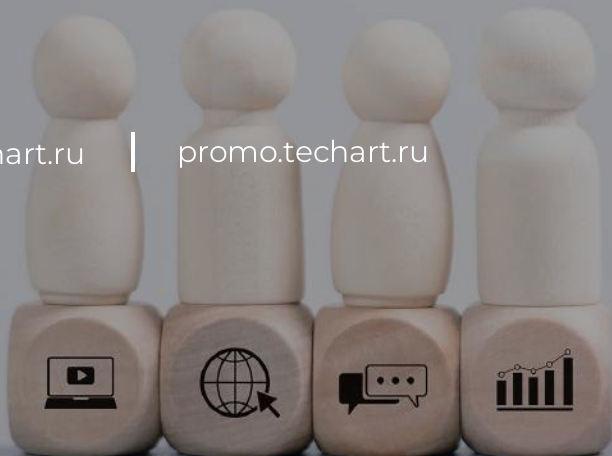


05.12.2024

# Платформы и инструменты автоматизации маркетинга в России: обзор, возможности и примеры

techart.ru

promo.techart.ru



Регистраций: 73 (компаний – 64), в т.ч.:

- 27,4 % новых слушателей
- 28 топ-менеджеров
- 27 постоянных (4+) слушателей программы
- 9 с вопросами и обратной связью



## Ключевые компетенции «Текарт»

### Консалтинг

- стратегия и стратегирование
- диагностика, бизнес-девелопмент
- трансформация
- цифровизация
- маркетинг
- организационное развитие
- бизнес-математика

Бизнес-аналитика

Интегрированный маркетинг

Дизайн

IT-решения и веб-разработка

Оргразвитие

Создание контента

**25**

лет на рынке бизнес-аналитики, маркетинга и digital

**14 000**

выполненных проектов

**38 500+**

клиентов и партнеров в экосистеме «Текарт»

**4 место**

рейтинга «Маркетинговый консалтинг» RAEX

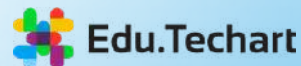
**160**

сотрудников в штате

**ТОП 100**

в рейтинге работодателей Headhunter\*

\* среди компаний до 250 сотрудников



## Программа непрерывного образования для руководителей по маркетингу

### Основные треки программы:

Маркетинг (комплексное продвижение, SMM, SEO и т. д.), реклама

**Martech, аналитика (технологии, данные, автоматизация, цифровые**

Дизайн, веб-разработка, контент, фото-, видео

Маркетинговый анализ и стратегия

Менеджмент и кадры

**2**

года работы программы

**5 000+**

участников из 1600 компаний

**31**

спикер

**550**

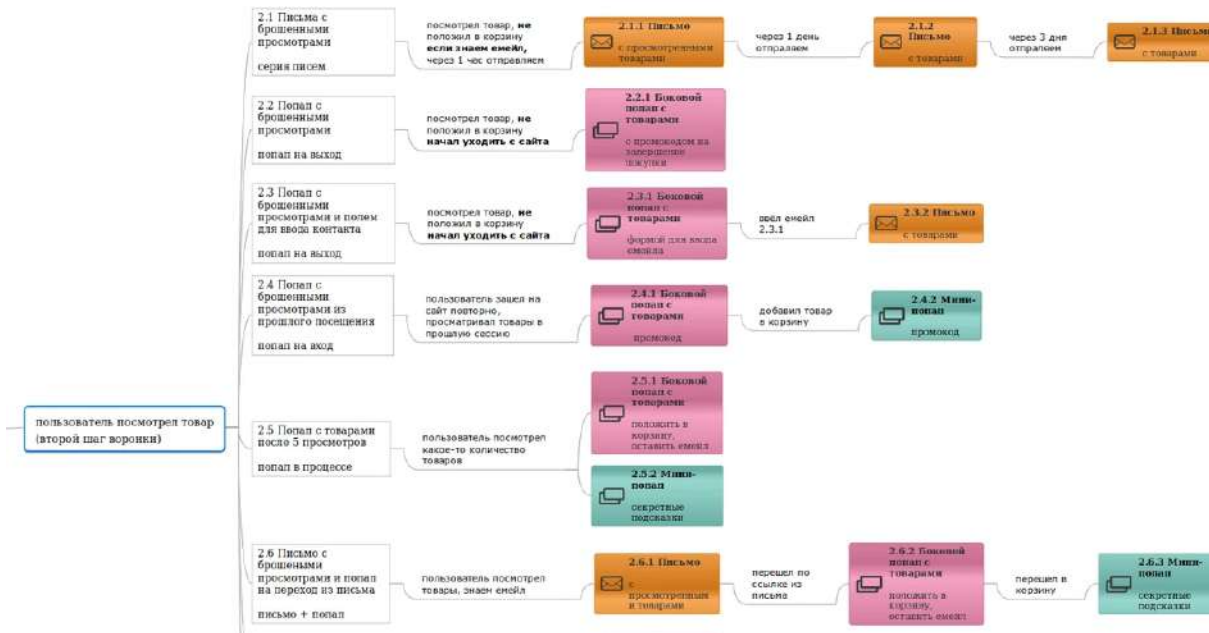
пользователей [платформы](#)

# План вебинара

1. Понятие автоматизации маркетинга и преимущества от внедрения.
2. Типовые механики автоматизации.
3. Программные решения: сервисы, платформы и пр.
  - a. триггерные рассылки
  - b. чат-боты и ассистенты
  - c. лид-магниты/всплывающие окна
  - d. программы лояльности
4. От автоматизации маркетинга к автоматизации бизнеса.
5. Выводы, ссылки, рекомендации

# Что понимают под автоматизацией

**Автоматизация маркетинга** — использование специализированных программ, сервисов и других технических решений для алгоритмизации процессов коммуникации, лидогенерации и стимулирования повторных продаж.



Пример сценария автоматизации для eComerce

# Что понимают под автоматизацией

## Преимущества для бизнеса:

1. Персонализация коммуникаций.
2. Стимулирование на ранних этапах пользовательского пути (лидогенерация).
3. Улучшение конверсии в продажи.
4. Повышение доли повторных продаж.
5. Увеличение производительности сотрудников.
6. Оптимизация маркетингового бюджета.



# Триггерные рассылки

05/44

## Email

**ПЕТРОВИЧ**

**ЖИЗНЬ!** Строительные материалы Инструменты Отделочные материалы

**Здравствуйтесь, Иннокентий!**

Как говорится, ремонт закончить невозможно, его можно только приостановить. Мы подобрали материалы и инструменты, которые могут вам понадобиться. Выбирайте и заказывайте, а мы привезем.

Анкер-шпатель Несо для бетона...	Мотокультиватор Шатерпюл ВС...	Диффузор потолочный квадрат...
По карте клуба 722 Р 697 Р	По карте клуба 22400 Р 22400 Р	По карте клуба 1349 Р 1244,5 Р
<a href="#">Купить</a>	<a href="#">Купить</a>	<a href="#">Купить</a>

## Веб пуш

**Новый товар**

Объектив Laowa 9mm f/2.8 Zero-D Fuji X

[Сравнить](#)

44 990 Р [ЗАКАЗАТЬ](#)

**Акция**

Объектив Fujifilm X

Не забудьте про средства по уходу за оптикой! Так ваши фотографии будут более чёткими

Google Chrome • www.yarko.ru

[Выбрать средства по уходу](#)

## Мобильный пуш

12:17  
Понедельник, 29 июня

Lazurit Сейчас

**-55% на мягкую мебель**  
Диваны, диваны-кроватьи, кресла и пуфики со скидкой уже в приложении. Действует рассрочка 0% на 24...

[Просмотреть](#)

# Триггерные рассылки

**Триггерные сообщения** — автоматические сообщения, которые отправляются клиенту с наступлением определенного события. Могут отправляться из CRM, специальных сервисов для рассылки или платформ автоматизации.

Обладают высокой степенью персонализации.

## Задачи:

- стимулирование повторных продаж;
- повышение конверсии;
- сбор обратной связи;
- информирование аудитории.

## Каналы:

- e-mail;
- SMS;
- push (web+mobile);
- телефон.



# Триггерные рассылки

## Варианты триггерных рассылок:

- **Welcome-письмо** — отправляется при подписке на рассылку.
- **Поздравление с праздниками (День рождения, профессиональные праздники)** — привязано к дате.
- **Напоминание о товарах в корзине** — если пользователь добавил товары, но не оформил заказ.
- **Опросы об удовлетворенности** — после оказания услуги или продажи товаров.
- **Обновления в программе лояльности** — начисление/списание баллов, смена статуса.
- **Рекомендации** — предложения товаров и услуг на основе данных о предыдущих заказах.
- **Изменение цен или наличия** — информация об интересующих пользователя товарах.
- **Скидки, промо-коды** — сообщения с бонусами, мотивирующие к покупке.

## 40+ триггеров для рассылок



# Триггерные рассылки

## Примеры сообщений:

### СКОРЕЕ ПОКУПАЙ, ИНАЧЕ ВСЁ ЗРЯ

Я ГОТОВ!

---

ПРИВЕТ!

Кажется, ты кое-что забыл. Ты выбирал товары в нашем каталоге, добавил в корзину, но не перешёл к покупке. Если нужна консультация, позвони по телефону **8 (800) 200-77-58** (звонок бесплатный), с радостью поможем и подскажем.

Мы работаем для тебя ежедневно с 10:00 до 21:00

### ТОВАРЫ ИЗ ТВОЕЙ КОРЗИНЫ




**Масло для роста бороды  
Borodist for Дядя Борода**

Цена: 800 руб.

[Подробнее](#)

MAD ROBOTS RU



### С Днём рождения, Влад! Это был крутой год!

Наши дружные роботы коллективно желают вам счастья, Любимые гаджеты и прибавляют технологическую сингулярность!

Вам подарок: только сегодня при любой покупке вы получите скидку 12% по специальному промокоду

Спасибо, что вы с нами!

Скидка доступна по праздничному промокоду

**MADBDAY**

[ЗА ЛЕКОТКАМИ!](#)

Приветствуем с благодарностью письмо? Смотрите [data@madrobots.ru](#)

Отвечать от имени разработчика можно [on.chatbox](#)

**PUSHE** Поставщик мебели для дома и оформления интерьера +7 495 760-00-00

[Каталог](#) [Сейчас в салонах](#) [Где купить](#) [Подбор мебели](#)

### Хорошие новости!

Мы снизили цену на интересующий вас товар



#### Угловой диван «Флинт»



Старая цена: 60 040 Р  
**Новая цена : 61 034 Р**  
Скидка: 15%  
Выгода при покупке: 9 006 Р

#### Кресло-кровль «Бруно»



Старая цена: 35 360 Р  
**Новая цена : 30 058 Р**  
Скидка: 15%  
Выгода при покупке: 5 304 Р

**Вы экономите: 14 310 Р**

Мы в социальных сетях: [f](#) [vk](#) [tw](#) [yt](#) [ig](#) © 2017 PUSHE

Вы получили это письмо, потому что подписались на рассылку на сайте pushe.ru. Мы не спамим, пишите по почте.

# Триггерные рассылки

09/44



[Unisender](#)

*DashaMail*

[DashaMail](#)



[Convead](#)



[CarrotQuest](#)

mindbox

[Mindbox](#)

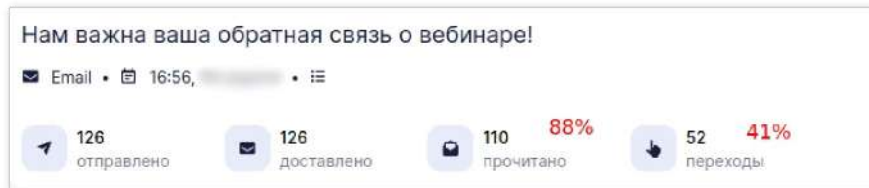


[B2bfamily](#)

# Триггерные рассылки

## Эффективность в B2B:

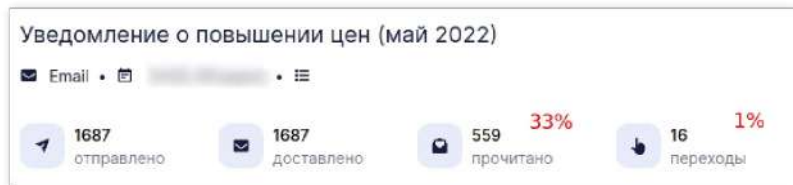
### 1. Сбор обратной связи по вебинару



### 2. Брошенные заказы в кабинете дилера



### 3. Уведомление о повышении цен



# «Лид-магниты»

Этот тип сообщений показывается пользователю после того, как он совершит определенное действие на сайте, например, просмотрит определенные товары в каталоге, зайдет из города Москва и т.п.

## Задачи:

- сбор и квалификация лидов;
- повышение конверсии;
- удержание на сайте/в приложении;
- информирование аудитории;
- онбординг.

# «Лид-магниты»

## Примеры сообщений:

**Получите скидку 30% на онлайн-чат, при условии установки до конца месяца**

Бесплатно поможем с установкой и дадим рекомендации. Заявки гарантируем :)

На какой телефон отправить купон на скидку?

**Получить скидку 30%**

**Даниил Марков**  
Специалист-консультант

Здравствуйте! Вы из **Пенза**

Давайте я проконсультирую по котлу Logamax U072-24

\*\*\* Даниил печатает...

Напишите сообщение...

X Закрыть






**Квартиры-трансформеры в Нагорном: поставим стены, где Вы захотите!**

Оставьте свой телефон, и мы вам расскажем о преимуществах покупки!

**Заказать звонок**

**Вы смотрели**

-  Детский матрас BeautySon Baby Multi  
Цена 2 920 P
-  Подушка BeautySon Memory Gel  
Цена 6 115 P
-  Детская кровать Sontelle Tetлин  
Цена 7 241 P

Интересные вам товары не потеряются! Получите их на email с уведомлением о скидках.

**Сохранить**

# «Лид-магниты»

## Задача:

Производитель строительных материалов готовил обновление линейки продукции, для которой необходимо было выбрать наиболее актуальные и запоминающиеся названия среди профессиональной аудитории и B2C.

## Решение:

Был подготовлен и проведен опрос через сервисы Marquiz и Яндекс.Взгляд. Создан тест из 11 вопросов с разными ветками в зависимости от типа аудитории. Всем успешно прошедшим респондентам был обещан бонус — денежные средства на телефон.

## Пути продвижения:

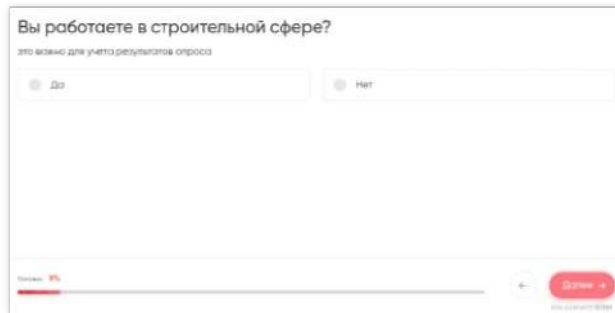
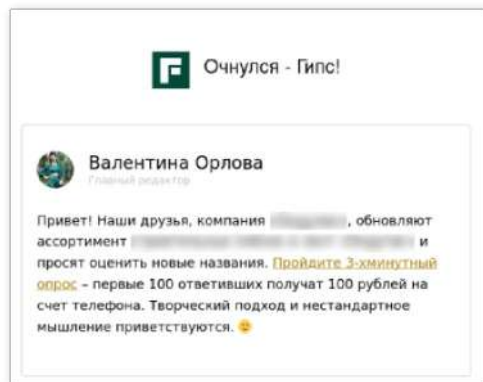
- Обзвон и смс рассылка на партнеров компании.
- Email рассылка по базе отраслевого форума — Forumhouse.
- Таргетированная реклама Вконтакте.

# «Лид-магниты»

## Итоги:

- Стоимость 1 анкеты в Яндекс.Взгляд 70 руб.
- Стоимость прохождения 1 опроса из Вконтакте 100 руб.
- Конверсия среди обзвонив/смс — 10%.
- Из Email рассылки было заполнено 428 анкет, из которых 354 респондента работали с продукцией бренда и 100 — непосредственно профессионалы отрасли.

В результате по всем позициям продуктов удалось выявить лидирующие названия.



# «Лид-магниты»

## Решения:

### Конструкторы Pop-up:



### Создание квизов:



### Конструктор форм:



### Конструктор калькуляторов:



### Брошенные корзины:



### Онлайн-чаты:





# Персонализация и динамический контент

Данный подход предполагает динамическое изменение контента под каждого пользователя в режиме реального времени, в зависимости от различных условий.

## Задачи:

- повышение конверсии;
- увеличение среднего чека;
- удержание на сайте/в приложении.


1. Анализ истории покупок пользователя — подборки товаров/услуг в зависимости от истории просмотров или заказов пользователя.
2. Учет географического местоположения. На основании IP-адреса пользователя можно определить его регион и рассчитывать стоимость доставки / определять наличие товара без ввода дополнительных данных.
3. Перестройка списка товаров. Формирование товарных листингов, в соответствии с просмотренными ранее позициями.
4. Изменение контента под поисковые запросы. Корректировка заголовков, мета-тегов и другого контента в соответствии с запросом, по которому пользователь попал на сайт.

# Персонализация и динамический контент

18 / 44


Пример динамического блока с сопутствующими товарами


SPADREAM.RU КОРЗИНА ▶ ОФОРМЛЕНИЕ Перейти в магазин →


ТОВАР	СКИДКА	ЦЕНА	КОЛИЧЕСТВО	СТОИМОСТЬ
 <b>AJARABIA</b> Aj Arabia No 1, 50ml Ajra Blood Collection No 1 <a href="#">↓ ОБОЗНАЧИТЬ</a> <a href="#">× УДАЛИТЬ</a>	0%	18 000 ₽	- 1 +	18 000 ₽


**Итого 18 000 ₽**

**СОПУТСТВУЮЩИЕ ТОВАРЫ**

  
**OLAPLEX**  
Olaplex No3 Hair Perfector 100 ml  
Шампунь «Соединяющие Милос»  
**2400** ₽

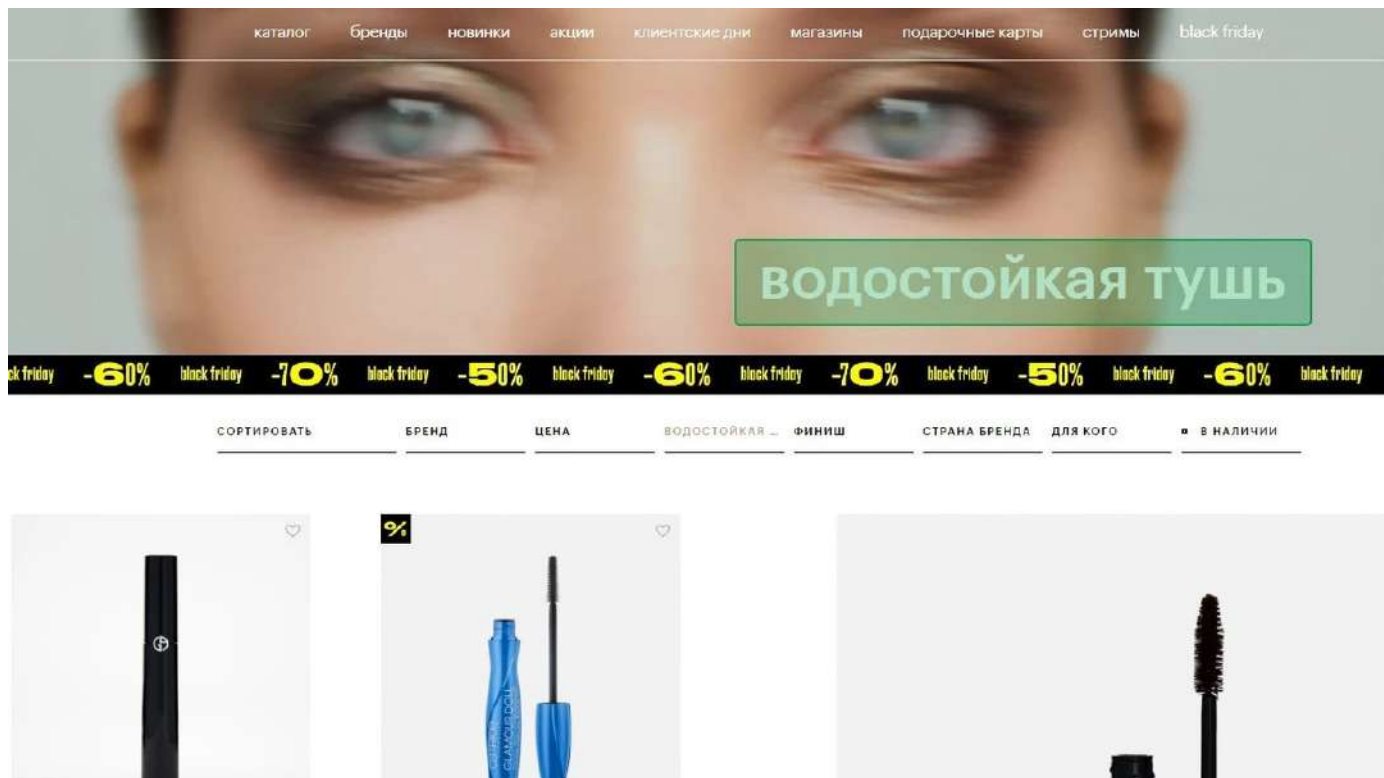
  
**ORIBE**  
Oribe Gold Lust Repair & Restore Conditioner 200ml.  
Жесткий/мягкий кондиционер "Роскошь, золото!"  
**3960** ₽

  
**ORIBE**  
Oribe Gold Lust Repair & Restore Shampoo 250 ml.  
Жесткий/мягкий шампунь "Роскошь, золото!"  
**4410** ₽

  
**LIGNESTBARTH**  
Ligne N°1 Barb Coconut Oil Shampoo Hair Care 125 ml.  
Ароматное масло  
**3410** ₽

# Персонализация и динамический контент

Пример динамического блока с сопутствующими товарами



# Персонализация и динамический контент

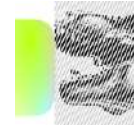
20 / 44

**retailrocket**

[Retail Rocket](#)

 sales ninja

[Sales Ninja](#)



[Varioqub](#)

 Carrot quest

[CarrotQuest](#)

**mindbox**

[Mindbox](#)

# Чат-боты и ассистенты контент

**Чат-боты** — это виртуальные ассистенты для естественного общения с пользователями.

В зависимости от контекста бот может задать следующий вопрос, загрузить файл, открыть страницу сайта, соединить с оператором или выполнить другие действия.

## **Задачи:**

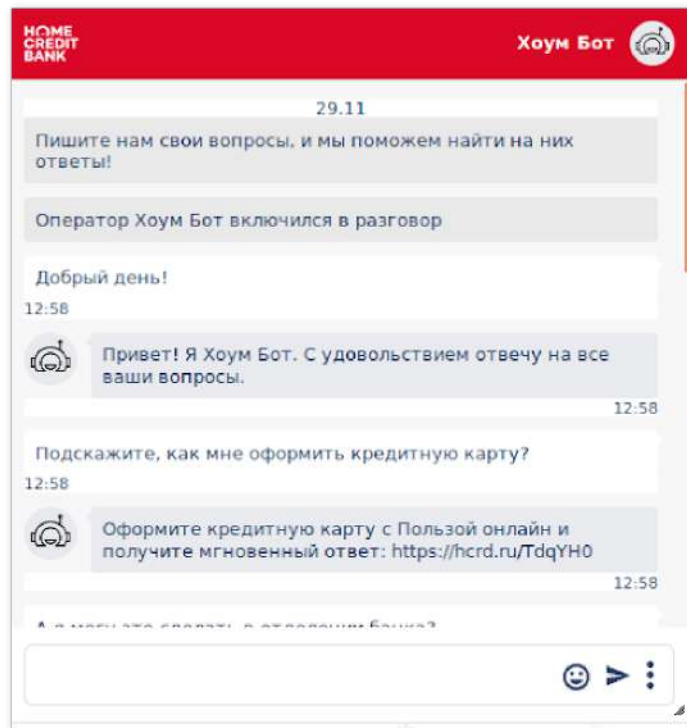
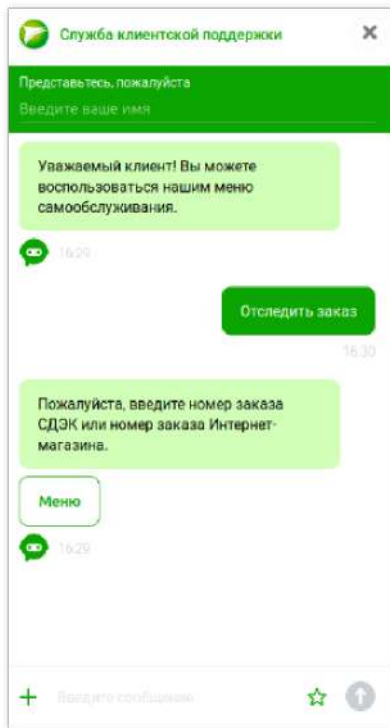
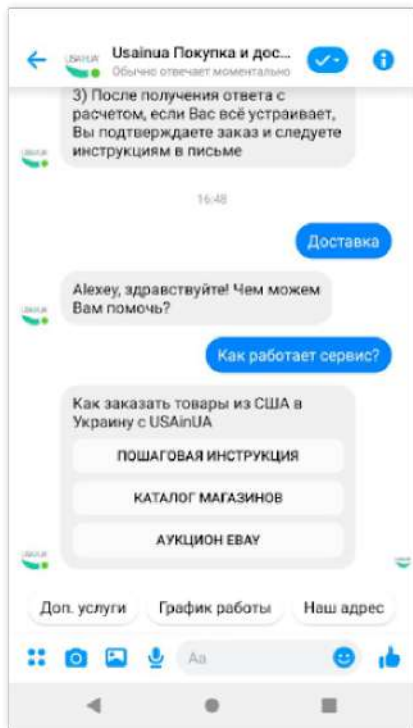
- информирование пользователей;
- повышение продаж за счет рекомендации товаров и подбора услуг;
- завоевать расположение потенциальных клиентов;
- сбор и квалификация лидов;
- увеличение скорости обработки входящих заявок;
- снижение нагрузки на менеджеров;
- обеспечение клиентской поддержки 24/7.

## Варианты использования чат-ботов:

- **Ответы на часто задаваемые вопросы** — боты умеют анализировать текст и подбирать наиболее подходящий ответ или работать по заданному алгоритму.
- **Обработка заявок** — бот может записать на услугу, купить билеты, оформить/отследить заказ.
- **Сбор контактных данных** — если бот не может дать ответ, то предложит оставить контакты или соединит с менеджером.
- **Скачивание файлов** — по запросу бот предложит ссылки на прайс-листы, сертификаты и другие документы.

# Чат-боты и ассистенты

## Примеры чат-ботов:





# Чат-боты и ассистенты

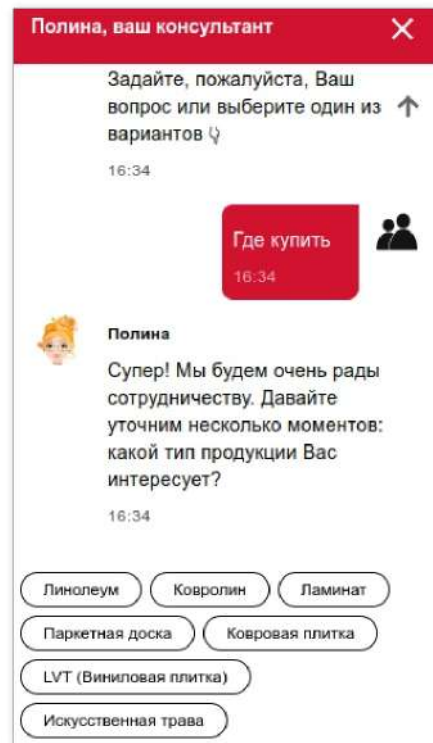
## Задача:

Для производителя напольных покрытий требовалась реализация бота, ориентированного под разные ЦА.

## Решение:

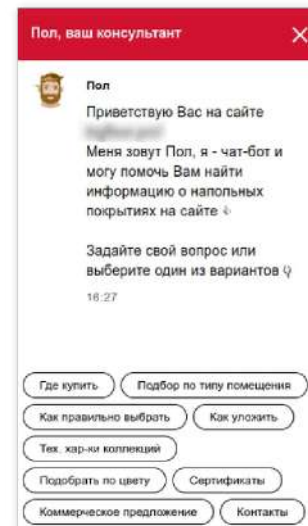
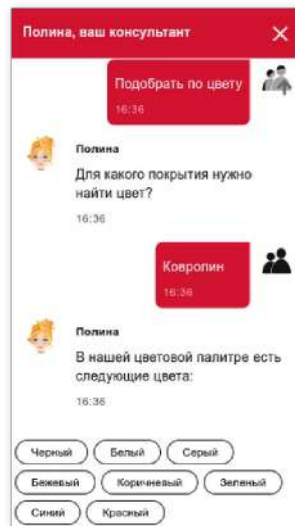
Были созданы два бота через сервис Aimylogic, которые отличались визуально, репликами и общим поведением. Один стал специалистом по монтажу напольных покрытий, а второй дизайнером. Боты развернуты на корпоративном сайте, но имеют возможность подключения других каналов: соцсетей, мессенджеров (при необходимости).

В общей сложности развернуто порядка 180 веток и 500 вариаций ответов.



## Возможности ботов:

- Общение по заданному алгоритму через кнопки.
- Свободное общение через заранее сформулированные вопросы.
- Подбор продукции по различным параметрам (цвет, цена, тип помещения и т. п.);
- Консультация по способам укладки и выбора.
- Определение региона пользователя, чтобы подобрать магазины в его городе.
- Отправка сформированных списков дилеров.
- Передача запросов на обратный звонок и КП в коллцентр.



# Чат-боты и ассистенты

## Решения:

### Универсальные:



### Для соцсетей:



### Для мессенджеров:



# Чат-боты и ассистенты

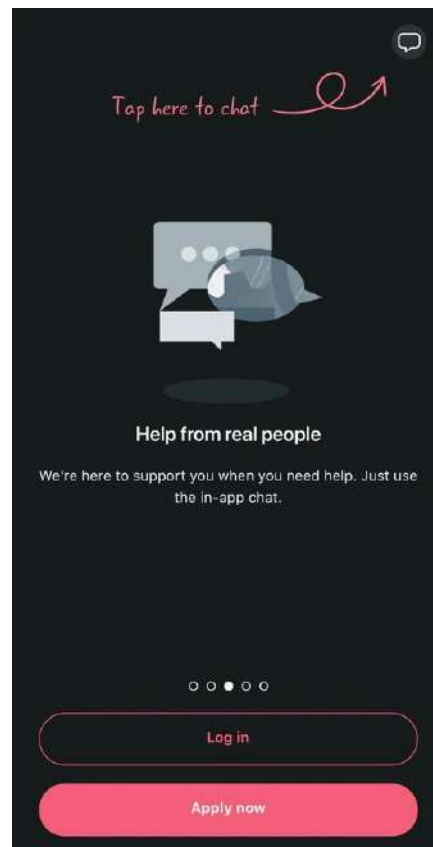
27 / 44

Решения для обучения на собственных данных компании



# Чат-боты и ассистенты

В то время, как мы говорим о гипер-автоматизации всего и вся и в первую очередь в коммуникациях с клиентами, некоторые заявляют human-based поддержку как преимущество для клиентов :)



# Программы лояльности

Под программой лояльности понимается целый спектр маркетинговых, финансовых и других активностей, которые стимулируют долгосрочные отношения бизнеса с клиентом.

## Задачи:

- увеличение доли повторных продаж;
- снижение оттока клиентов;
- повышение лояльности аудитории;
- стимулирование продаж определенных товарных позиций/групп товаров;
- анализ потребительских предпочтений;
- связь offline и online активности покупателей.

# Программы лояльности

## Примеры механик программ лояльности:

- **Дисконтная** — фиксированная или накопительная скидка в зависимости от объема покупок.
- **Бонусная** — начисление бонусных баллов (или денежных средств) за покупки.
- **Кэшбэк** — возврат части стоимости покупки на карту покупателю.
- **Привилегии** — доступ к закрытым материалам, мероприятиям и пр.
- **Промокоды** — комбинации символов, дающие право на скидку при приобретении товаров.

# Программы лояльности

Примеры реализации программ лояльности [Mindbox](#):



## История покупок

Дата	Сумма покупки	Бонусы
12.03.2021	2 300 руб.	<b>+205</b>
17.09.2021	1200 руб.	<b>+130</b>
28.10.2021	22 300 руб.	<b>+2700</b>





# Программы лояльности

Платформы программ лояльности:



Электронные карты:



# Пример системы

1. Пользователь заходит на сайт компании и скачивает pdf-брошюру о конкретном продукте или услуге (в обмен на контактные данные)

## Кормовая добавка Алита - брошюра

Алита — это чистый иммуномодулятор с высокой биодоступностью, обеспечивающий высокую и стабильную концентрацию бета-(1,3)-глюкана для повышения иммунитета и продуктивности животных.

Иммуномодуляторы позволяют активизировать иммунный ответ и способствуют снижению экономических убытков в животноводстве.

[Читайте описание опыта, заполнив форму.](#)

Имя\*

Фамилия\*

Название компании\*

Электронная почта\*

Страна\*

Выберите

Нажимая кнопку отправки ниже, вы разрешаете Кемин Индастриз сохранять и обрабатывать отправленные выше персональные данные с целью предоставления вам запрошенной информации. Кемин Индастриз требуются ваши контактные данные, чтобы информировать вас о наших продуктах и услугах. Вы в любое время можете отменить подписку на эти коммуникации. Для получения информации об отмене подписки, а также порядке использования конфиденциальной информации в нашей компании и способах защиты вашей конфиденциальности ознакомьтесь с нашей [Политикой конфиденциальности](#).

# Пример системы

2. Контакты автоматически сохраняются в CRM.  
Вместе с данными об интересующем товаре/услуге.

The image shows a screenshot of a CRM interface for a lead. The lead is named 'Илон Маск' (Elon Musk) and is in the 'Не обработан' (Not processed) stage. The contact information includes a phone number '+11234567891' and an email address 'testmail1@mail.ru'. A comment in the 'дополнительно' (Additional) section reads 'Здравствуйте! Интересуют цены' (Hello! Interested in prices). The interface includes buttons for 'Выбрать поле' (Select field), 'Создать поле' (Create field), and 'Удалить раздел' (Delete section).

**о лиде** A124-скоринг [изменить](#)

Стадия  
**Не обработан**

Сумма и валюта  
**0** **₽**

Клиент

Контакт  
**Илон Маск**  
+11234567891, testmail1@mail.ru

[Выбрать поле](#) [Создать поле](#) [Удалить раздел](#)

**дополнительно** [изменить](#)

Источник  
**CRM-форма**

Доступен для всех  
**Да**

Ответственный  
 **Иван Комаров**

Комментарий  
**Здравствуйте! Интересуют цены**

UTM-метки  
**отсутствуют**

[Выбрать поле](#) [Создать поле](#) [Удалить раздел](#)



# Пример системы

3. Отправляется автоматическое электронное письмо с благодарностью за загрузку брошюры.












Автоматическая отправка писем из CRM ⓘ

Название шаблона  
Приветственное письмо Доступ к шаблону  
Отдел продаж X

Тема письма  
Вы оставили заявку на сайте 1 [REDACTED]

**ПРИКРЕПИТЬ ФАЙЛ**  
pdf, ppt(x), xls(x), m)  **Буклет.pdf**  
pdf 1.6 MB 

Позволить скачивание вложений из письма без открытия

**I** **B** **I** **U** **S** |      |     Шрифт: · Размер: ·  HTML |  Поля автозаполнения ·

Вы оставляли заявку на сайте: [REDACTED]  
Спасибо за интерес, проявленный к деятельности нашей компании.

Этим письмом направляем Вам презентацию о деятельности нашей группы.  
[REDACTED]

Как физическое лицо Вы можете открыть счет онлайн 2-мя способами перейдя по ссылке:

1. При наличии подтвержденной учётной записи на портале ГосУслуги через ЕСИА (Единая система идентификации и аутентификации):

# Пример системы

4. Последующая серия писем будет отправляться автоматически. Текст письма формируется на основе данных о пользователе из CRM: имя, компания и пр.

Автоматическая отправка писем из CRM

Название шаблона

Заявка на Отдел продаж

Тема письма

Информация для Отдел продаж

**ПРИКРЕПИТЬ ФАЙЛ**  
pdf, png, jpeg, tiff

Позволить скачивание вложений из письма без открытия

Добрый день, {ИМЯ\_КЛИЕНТА}

Если будут вопросы - поможем в заполнении.  
Наш Регламент на оказание услуг, размещен в открытом доступе на нашем [сайте](#).

Открытие счета КАЗАХСТАН	78%	
Открытие счета БЕЛАРУСЬ	68%	
Открытие счета УКРАИНА	80%	2%
Открытие счета КИРГИЗИЯ	80%	
Открытие счета УЗБЕКИСТАН	83%	
Налогообложение Беларусь	0%	
Инструкция	80%	30%
Для заснувших	51%	
Финансирование	95%	64%
Размещение ДС	0%	
Доверительное управление	75%	75%
Открытие счета нерезиденту	79%	
Зарубежные	69%	50%
ИИС	90%	63%
Покупка-продажа валюты	67%	50%
Открытие счета резиденту	44%	1%
	71%	57%
Приветственное письмо	70%	21%

# CRM — ядро системы маркетинга

В Битрикс24 есть готовые решения для интеграции с [сайтами](#) и [магазинами](#) на 1С-Битрикс (и [Битрикс24](#)). Все заполненные формы тут же окажутся в CRM и поступят в работу менеджерам.

### Обратная связь

Поделитесь мнением о нашей работе или задайте нам любой интересующий вас вопрос в поле комментарий

Имя  
Илон

Фамилия  
Маск

Телефон  
+1 (123) 456-7891

E-mail  
testmail1@mail.ru

Комментарий  
Здравствуйте! Интересуют цены

Нажимая кнопку «Отправить», я даю свое согласие на обработку моих персональных данных, в соответствии с Федеральным законом от 27.07.2006 года №152-ФЗ «О персональных данных», на условиях и для целей, определенных в Согласии на обработку персональных данных \*

Отправить



о лиде AI24-скоринг [изменить](#)

Статус  
Не обработан

Сумма и валюта  
0 ₺

Клиент  
Илон Маск  
+11234567891, testmail1@mail.ru

Выбрать поле Создать поле [Удалить раздел](#)

дополнительно [изменить](#)

Источник  
CRM-форма

Доступен для всех  
Да

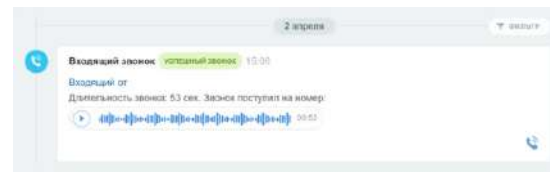
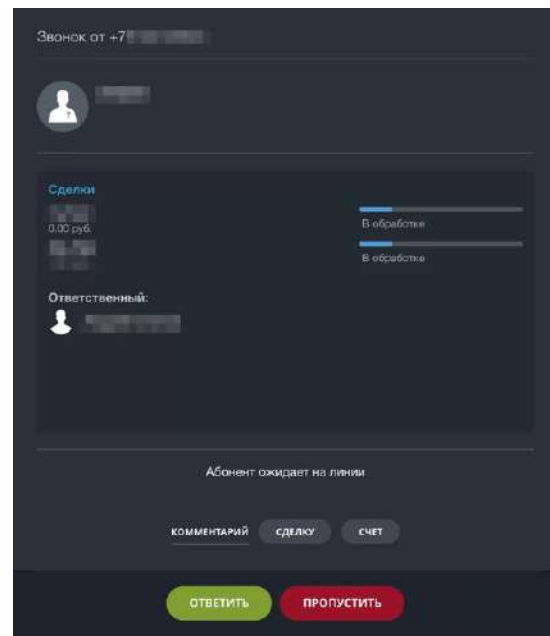
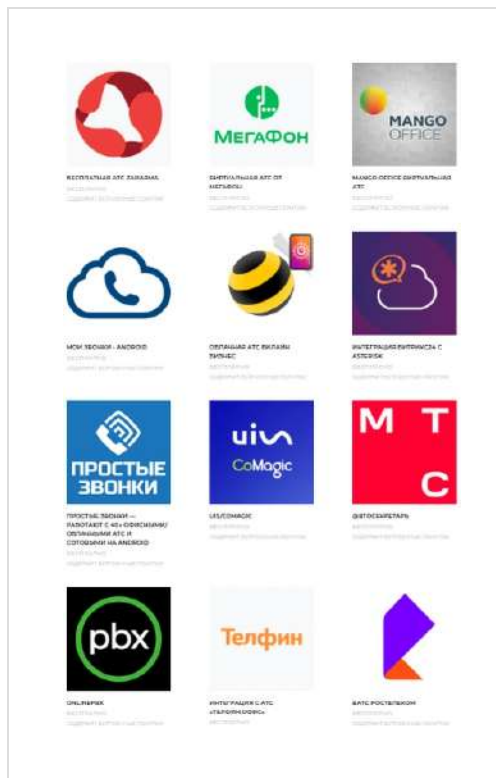
Ответственный  
Иван Комаров

Комментарий  
Здравствуйте! Интересуют цены

UTM-метки  
отсутствуют

Выбрать поле Создать поле [Удалить раздел](#)

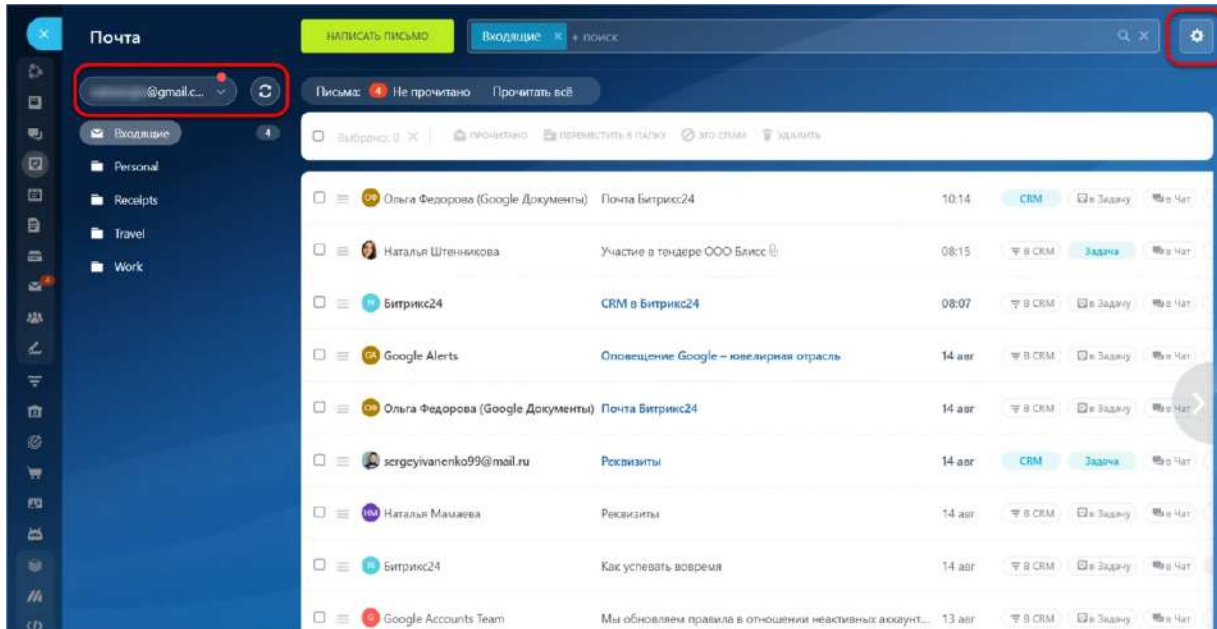
# CRM — ядро системы маркетинга



[Примеры модулей интеграции](#)

# CRM — ядро системы маркетинга

39 / 44



Mail.ru

Yandex.ru

Rambler.ru

Gmail.com

Yahoo.com

Outlook.com

iCloud.com

Office365

Beget.com

Timeweb.com

Exchange

[Как подключить почтовый ящик](#)



# CRM — ядро системы маркетинга

## Роботы в CRM могут автоматически:

- Поставить задачу ответственным
- Написать клиенту sms/email
- Запланировать звонок или встречу
- Показать вашу рекламу
- Сообщить руководителю о том, что сделка не движется.

Вы один раз настраиваете роботов (на каждой стадии сделки добавляете нужных роботов), и дальше CRM помнит и ведет клиента по нужной цепочке до продажи.



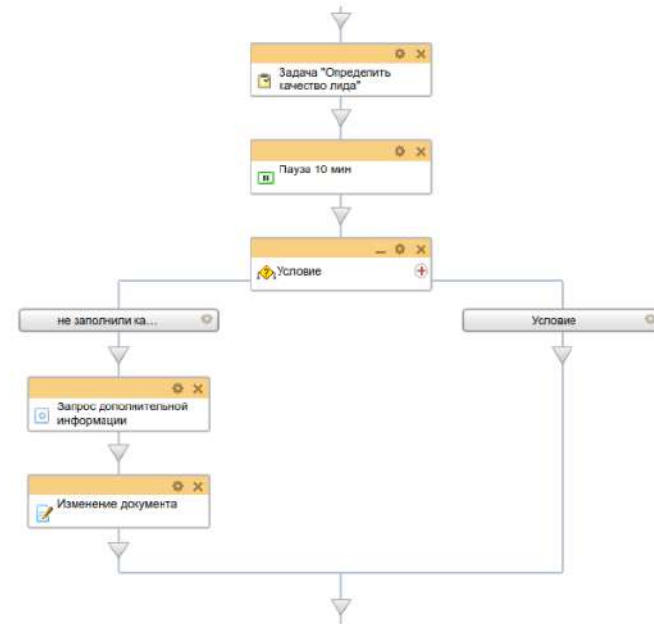
[Роботы и триггеры](#)

# CRM — ядро системы маркетинга

Бизнес-процессы — это инструмент в Битрикс24 для автоматизации часто возникающих операций внутри компании.

## Типовые:

- Согласование документов
- Счета на оплату
- Ознакомление
- Оформление больничного
- Оформление командировки
- Заявление на отгул
- Оформление отпуска
- Увольнение
- Принятие на работу сотрудника



## 1. Управление складом и логистикой

- Системы управления запасами (WMS)
- Оптимизация цепочек поставок
- Планирование доставки

## 2. Финансы и бухгалтерия

- Автоматизация платежей и выставления счетов
- Финансовое планирование и бюджетирование
- Отчётность и налоговая документация

## 3. HR и управление персоналом

- Автоматизация подбора кадров
- Учёт рабочего времени
- Обучение и развитие сотрудников

## 4. Производственные процессы

- Управление производственными циклами
- Планирование ресурсов предприятия

## 5. Документооборот

- Электронные архивы документов
- Автоматическое согласование договоров и заявок
- Электронные подписи

# Выводы и рекомендации

## Схема внедрения

1. Изучите потребности аудитории на различных этапах пути к покупке/заказу услуги.
2. Разработайте стратегию коммуникации в каналах и их синхронизацию между собой.
3. Создайте контент сообщений для каждого сегмента/канала (письма, баннеры, всплывающие окна и пр.).
4. Подключите сервисы автоматизации и интегрируйте их с другими системами.
5. Настройте правила показа и отправки сообщений.
6. Корректируйте стратегию и контент.

# Выводы и рекомендации

- Постройте MVP— работающую систему с минимальным набором функций, которая функционирует уже сейчас, и в дальнейшем добавляйте в нее новые сервисы.
- Четко обозначьте цели и задачи. «Давайте автоматизируем работу» или «Нам нужна маркетинговая платформа» — плохие вводные, которые заведут в тупик.
- Если вы прибегаете к помощи подрядчиков, не стоит писать свое видение/ТЗ на 200+ страниц. Как и в первых двух случаях, это ни к чему. Лучше расскажите, что сейчас вас не устраивает и к чему вы хотите прийти.
- Не бойтесь ошибок! Не всегда удастся быстро найти нужное решение. Иногда кажется, что никто до вас не решал подобных задач и надо обязательно разрабатывать свой продукт. Чаще всего это не так, и надо попробовать не один сервис, чтобы найти тот, который решит вашу проблему.

# Резюме

1. Маркетинг становится сложнее: клиенты ожидают персонализированного подхода в удобном им формате, увеличивается количество доступных каналов, растет конкуренция. Ручное управление становится все менее эффективным.

Ответ на эти вызовы - автоматизация маркетинговых операций, позволяющая оптимизировать взаимодействие с клиентами, упростить сбор данных из множества источников и подготовку отчетности, снять нагрузку с сотрудников.

2. Типовые механики автоматизации:

- Триггерные рассылки в различных каналах.
- Всплывающие по сценарию окна.
- Чат-боты, в т.ч. с ИИ.
- Изменение контента на сайте в зависимости от поведения пользователя.

3. Существует много готовых сервисов и программ для автоматизации:

- Email-маркетинг (UniSender, Dashamail).
- Мультифункциональные платформы (Mindbox).
- Создание чат-ботов (BotHelp, Aimylogic).
- Обучение ИИ-ботов на собственных данных (WikiBot, Just AI)
- Системы сквозной аналитики (Roistat, Calltouch).
- CRM-системы с функцией автоматизации (Битрикс24, amoCRM).

4. Автоматизация маркетинга — это лишь часть системного подхода к форсированию бизнес-процессов. Для достижения максимальной отдачи важно "программировать маркетинг" в связке с другими процессами автоматизации бизнеса (ERP, WMS и мн. др.)

5. Рекомендации по первым шагам.

- Сформулируйте цели и задачи. «Давайте автоматизируем работу» или «Нам нужна маркетинговая платформа» — плохие вводные.
- Не проектируйте всю систему сразу, постройте MVP — работающую систему с самым минимальным набором функций, которая сразу даст результат, только затем подключайте к ней новые сервисы.
- Мыслите интегрировано - любые нововведения в маркетинге стоит сначала продумать в контексте существующей системы - данных и сервисов, которые уже есть у вас.
- Не бойтесь ошибок! Все можно переделать. Децентрализованный подход позволяет проводить эксперименты, подбирать и менять сервисы и механизмы.

# Наши материалы по теме

## Презентации вебинаров:



12.10.2023

[Автоматизация и персонализация маркетинга: инструменты, сценарии и кейсы](#)



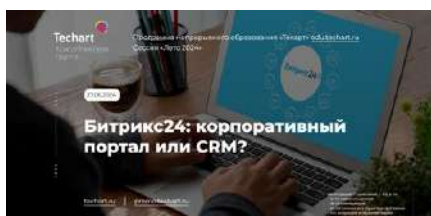
10.08.2023

[Готовые сервисы martech / adtech для электронной коммерции](#)



16.11.2023

[Битрикс24 — построение системы маркетинга: приемы автоматизации](#)



27.06.2024

[Битрикс24: корпоративный портал или CRM?](#)



29.02.2024

[Построение сводного аналитического отчета по маркетингу](#)

# Персональное консультационное мероприятие по теме этого вебинара

## Особенности:

- ✓ Будем разбирать именно ваши кейсы
- ✓ Ответим на любые вопросы
- ✓ Подсветим специфику ниши
- ✓ Максимально адаптируем контент под потребности компании
- ✓ Дадим конкретные рекомендации и инструкции
- ✓ Подготовим пошаговое руководство для решения проблемы

## Программа может быть реализована в различных вариантах:

- вебинар;
- семинар / лекция;
- мастер-класс;
- стратсессия;
- круглый стол, мозговой штурм;
- диагностическая / консультационная сессия;
- деловая игра.

### Форматы:

онлайн, оффлайн, гибрид.

### Длительность:

от 1 часа до 2 дней.

При необходимости мы можем собрать комбинацию из нескольких удобных вам вариантов обучения.

Интересуюсь





## Андрей Титенко

Зам. директора по маркетингу,  
руководитель практики  
технологического маркетинга

[titenko@techart.ru](mailto:titenko@techart.ru)

**+7 495 790 75 91**

[techart.ru](http://techart.ru)

[info@techart.ru](mailto:info@techart.ru)

Интегрированный маркетинг и PR  
[promo.techart.ru](http://promo.techart.ru)

Аналитика и бизнес-планирование  
[research.techart.ru](http://research.techart.ru)

Дизайн-бюро  
[design.techart.ru](http://design.techart.ru)

IT-решения и веб-разработка  
[web.techart.ru](http://web.techart.ru)

Фотоагентство  
[photo.techart.ru](http://photo.techart.ru)

Работа в «Текарт»  
[hr.techart.ru](http://hr.techart.ru)

## Релевантные услуги «Текарт»:

- Индивидуальный вебинар / консультационная сессия по CRM и автоматизации маркетинга
- [Автоматизация маркетинга и продаж](#)
- [Настройка бизнес-процессов в CRM](#)
- [Внедрение BI-систем](#)
- [Интегрированный маркетинг](#)



Авторский telegram-канал «Системное развитие бизнеса» [t.me/techart\\_ru](https://t.me/techart_ru)