

ВИРТУАЛЬНЫЙ КОЛЛЕДЖ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ

<http://www.berestneff.com>

Павел Берестнев

АВТОРЕСПОНДЕРЫ

для Вашего бизнеса

СПЕЦИАЛЬНЫЙ ДОКЛАД

Цена настоящего издания составляет \$ 5

Любое распространение данного доклада без письменного разрешения автора является нарушением авторских прав и преследуется в установленном Законом порядке

Виртуальный Колледж электронной коммерции
© Павел Берестнев, 2004. Все права защищены

СОДЕРЖАНИЕ:

Введение	3
Что такое автореспондер и зачем он нужен	6
Проблемы применения автореспондеров в российском электронном бизнесе и их возможные решения	11
AceResponse	17
GetResponse	19
InfoGenerator	23
ListMail	27
MaxSponder	29
PRO AutoResponder	31
RoyalResponder	34
SendFree	36
SmartResponder	39
Сравнительная характеристика различных сервисов	43
Заключение	46
Об авторе	49

Введение

Уважаемый предприниматель!

В настоящем специальном докладе, подготовленном мною по результатам моих экспериментов со службами почтовых автоответчиков, которые проводились на протяжении более полугода (декабрь 2003 года – июль 2004 года), я постарался обобщить все имеющиеся у меня сведения по вопросу применения автореспондеров в электронном бизнесе.

Известно, что автореспондер – незаменимый инструмент в онлайн-предпринимательской деятельности. Около 80 % автоматизации ведения электронного бизнеса осуществляется именно благодаря автореспондерам. Именно благодаря автореспондерам стало возможным поддерживать постоянный контакт с аудиторией, проводить широкомасштабные маркетинговые кампании и за несколько минут буквально в два клика доставлять рекламное предложение непосредственно в почтовый ящик потенциального клиента. Именно благодаря почтовым автоответчикам удачливые предприниматели увеличивают количество совершаемых ими продаж в пять – семь раз.

Укажу на одно интересное обстоятельство. У российского рынка автореспондеров есть одна отличительная особенность, не характерная для других стран. У нас данный рынок представлен в основном программными, а не сервисными решениями, то есть абсолютное большинство почтовых автоответчиков, которыми пользуются онлайн-предприниматели, представляет собой программные продукты, устанавливаемые на их сайтах. Сервисный же сектор на данном рынке не представлен вообще, если не считать Русской службы умных рассылок и e-mail-автоответчиков SmartResponder.Ru, которая в настоящий момент является единственной в своем роде. Ни для одной из развитых западных стран такой дисбаланс не является характерным. При беглом анализе рыночной ситуации ответить на вопрос, почему в RuNET'e сложилась подобная картина, очень трудно. В настоящее время я разрабатываю механизм исследований данного вопроса, результаты которых, возможно, будут опубликованы в отдельном специальном докладе. Естественно, основной причиной, по которой подобный доклад может никогда не увидеть свет, будет резкое изменение ситуации на российском рынке почтовых автоответчиков. Но в ближайшей перспективе, с моей точки зрения, этого не произойдет.

В поисках службы почтовых автоответчиков, которые отвечали бы всем предъявляемым мною требованиям, я провел сотни часов,

бороздя пространство Всемирной Паутины. На эксперименты с различными сервисами мной было потрачено около \$ 500 кровно заработанных денег. Для того, чтобы сэкономить Ваше время и Ваши деньги, дорогой предприниматель, мною и был написан настоящий специальный доклад. Надеюсь, что он окажет Вам незаменимую услугу на этом направлении работы.

Хочу предупредить читателя, что **большинство информации, представленной в настоящем специальном докладе, представляет собой выражение моего личного мнения и опыта по данному вопросу.** Ваши предпочтения и мнения совершенно закономерно могут отличаться от моих. Поэтому информацию, изложенную в данном докладе, я советовал бы воспринимать не как истину в последней инстанции, а как подборку характеризующих показателей о самых известных на сегодняшний день службах почтовых автоответчиков. И подчеркиваю, что я не несу никакой ответственности за последствия применения Вами на практике знаний, почерпнутых в данном докладе.

Нельзя не сказать о том, что в ходе написания доклада я планировал при характеристике каждой из служб описать все ее возможности в посвященной ей главе. Но в процессе сортировки материала я изменил свое решение и посчитал, что гораздо лучшим будет представить все подобные показатели в сравнении в качестве сводной таблицы, за основу которой взять обобщенный список возможностей. Считаю, что подобная подача материала будет более наглядной, а перечень возможностей в главах о каждой из служб в отдельности не только не придаст изложению системности, но и послужит бесполезному раздуванию объема доклада, к тому же будет отвлекать читателя от особенностей, характерных именно тому сервису, который рассматривается в конкретной главе. Посему в описаниях той или иной службы я ограничился лишь изложением ее характерных признаков и отличий от других, а также моего личного опыта работы с ней. Если кому-то из читателей данное решение придется не по вкусу, прошу меня извинить.

Хочу также отметить, что в процессе подготовки настоящего доклада мной планировалось включить в него описание 12 служб автореспондеров, с которыми мне приходилось работать. Однако на момент выхода доклада в свет один сервиса прекратил свое существование, а два объявили о «переоснащении производственных мощностей» и закрыли свои сайты. Поэтому я посчитал бесполезным включать сведения о них в настоящий доклад, ограничившись описанием девяти служб, о которых я располагаю необходимым количеством информации для их характеристики.

И последнее замечание. Несмотря на динамичность рынка INTERNET-услуг, на протяжении всего периода проведения исследований мной была отмечена относительная статичность коммерческих предложений служб автореспондеров. Иными словами,

я бы сказал, что их пакеты услуг практически не меняются. Иногда в тот или иной пакет добавляются несколько дополнительных возможностей, в принципе не меняющих картины коммерческого предложения, но на этом динамика и заканчивается. Данное обстоятельство, с моей точки зрения, означает, что у информации, содержащейся в данном докладе, срок жизни достаточно продолжительный, на что я очень сильно надеюсь.

Прочитав данный доклад, Вы можете задать мне вопрос: зачем я подробно рассказываю о тех сервисах, которые в российских условиях работы являются совершенно неприменимыми? Что ж, я Вам отвечу: только для того, чтобы Вы не тратили свои драгоценные силы, время и деньги на бесполезные попытки воспользоваться их услугами. Именно эта причина была одним из факторов, побудивших меня написать настоящий доклад.

Естественно, данная публикация не претендует на законченность и совершенство. Поэтому, если у Вас в ходе чтения настоящего доклада возникнут вопросы, замечания или пожелания, можете смело присылать их по адресу opinions@berestneff.com

Искренне Ваш,
Директор Виртуального Колледжа
электронной коммерции



Виталий Федоров

<http://www.berestneff.com>
info@berestneff.com

Что такое автореспондер и зачем он нужен

Предприниматели, уже имеющие собственный прибыльный электронный бизнес и прекрасно отдающие себе отчет в том, насколько важен для любого бизнесмена автореспондер, могут пропустить данную главу. Она посвящена бизнесменам-новичкам и тем, кто только собирается заняться предпринимательской деятельностью в Сети. Вся информация, содержащаяся в данной главе, изложена на основе общепринятых концепций по вопросу применения автореспондеров в маркетинговой деятельности. Иными словами, далее излагаются общие вопросы e-mail маркетинга на основе применения автореспондеров.

Автореспондер (autoresponder) в переводе с английского языка означает автоответчик. Для INTERNET с учетом того, что основным средством общения в Сети всегда была и остается электронная почта, автореспондер означает e-mail автоответчик. Но не простой автоответчик. Понятие «автореспондер» гораздо уже. Обычный автоответчик, который отправляет обратившимся по Вашему адресу заранее заданное сообщение, когда Вы в отпуске, под понятие автореспондера не подходит.

Автореспондер, как правило, характеризуется следующими функциональными возможностями:

- запоминание всех адресов, с которых поступил запрос и внесение их в специальную базу данных;
- возможность отправления запросившему реципиенту заданного количества писем через заданные промежутки времени;
- возможность в нужный период времени рассылать заданное сообщение всем пользователям, чьи адреса имеются в базе данных.

Теперь давайте посмотрим, что все это значит для Вас и Вашего бизнеса, и почему может оказаться крайне полезным и очень эффективным маркетинговым инструментом.

По данным статистики и различного рода исследований, для того, чтобы убедить потенциального клиента сделать покупку, ему нужно продемонстрировать качественный рекламный текст от пяти до семи раз. Кто-то из потенциальных покупателей купит Ваш товар (услугу) после первого прочтения, кто-то после десятого, кто-то не купит вообще. Но большинство – именно с пятого-седьмого раза.

Ответьте мне на вопрос: станут ли люди идти на Ваш сайт, чтобы пять-семь раз прочитать Вашу рекламу? Правильно, не станут. Им нужна не реклама, а полезная, качественная и к тому же бесплатная информация. Что делать? Каким образом продемонстрировать им свою рекламу, совершенно их не напрягая?

Ответ один: доставить эту рекламу прямо в их почтовый ящик. И сделать это ненавязчиво.

Регулярно доставляя на почтовый ящик потенциального клиента качественную, бесплатную полезную информацию вперемешку с Вашими потрясающими рекламными текстами, Вы постепенно начинаете приучать его к мысли о том, что ему интересна и нужна Ваша информация, соответственно – то, что Вы продаете. Выглядит это примерно следующим образом: потребитель подписывается, предположим, на Ваш бесплатный курс обучения (чему-либо, связанному с предметом Вашей специализации), добровольно предоставляя, таким образом, свой адрес электронной почты в Ваше распоряжение и каждый день получает на свой почтовый ящик по одному уроку. Каждый из уроков, рассказывая пользователю о том, что его интересует, ненавязчиво упоминает о том, что наилучшие результаты достижимы при помощи Вашего товара (услуги). После того, как все уроки закончены, потенциальный клиент получает, скажем, на следующий день, Ваш рекламный текст в полном объеме, но читает его уже по-другому, заинтересованно. И в большинстве случаев не выдерживает и совершает покупку. Даже если он этого не делает, Вы можете напомнить ему о Ваших товарах и услугах немного позже (адрес-то его у Вас есть), а также попробовать изменить текст рекламы, акцентировать внимание на чем-либо другом. Простора для экспериментов просто колоссальное количество.

Применение подобной техники на практике способно увеличить количество продаж в три-семь раз. За счет чего? Благодаря тому, что Вы постоянно поддерживаете связь с потенциальным клиентом посредством самого распространенного средства общения – электронной почты. Постоянно работаете с ним, приучая к мысли, что покупки ему не избежать. Постоянно демонстрируете выгоды и преимущества своего товара (услуги). И делаете все это совершенно ненавязчиво, в процессе преподнесения нужной клиенту информации совершенно бесплатно. Редко кто устоит перед таким натиском.

Все это здорово, думаете Вы, вот только как все это организовать? Давайте подойдем к вопросу с технической точки зрения.

Если детализировать ситуацию, то какой список задач мы в данном случае получаем? Примерно следующий.

Во-первых, нельзя прибегать к спаму. Что это означает? Это означает, что потенциальные клиенты должны предоставить свой адрес электронной почты в Ваше распоряжение по собственному желанию, абсолютно добровольно.

Во-вторых, нужно, чтобы они заинтересовались Вами, Вашим бизнесом и тем, что Вы предлагаете за деньги. И не просто заинтересовались, а загорелись желанием купить Ваш товар. Для этого нужно доставлять им интересующую их информацию.

В-третьих, нужно сделать так, чтобы вся Ваша информация доставлялась клиенту незамедлительно после того, как он ее запросил, равномерными порциями на регулярной основе. В любой день недели и время года, в любой час дня и ночи.

В-четвертых, Вам надо сохранять все те адреса, с которых приходят письма с запросами Вашей информации, для того, чтобы в последующем по этим добровольно предоставленным Вам адресам рассылать свои рекламные предложения.

И, наконец, в-пятых, необходимо регулярно проводить маркетинговые кампании с массовой рассылкой Вашей рекламы, не прибегая к спаму.

Внушительный список задач, на первый взгляд кажущихся неразрешимыми, тем более одновременно.

Тем не менее, решение существует, и именуется оно автореспондером. Именно благодаря автореспондеру Вы можете одновременно решить все эти задачи и получить пять решений в одном флаконе. Каким образом это выглядит? Как всегда, все гениальное – просто. Смотрите сами.

1. Подписываясь на Ваш курс обучения, заряженный в автореспондер, или какую-либо иную информацию, равномерно доставляемую регулярными порциями, пользователь предоставляет свой адрес электронной почты в Ваше распоряжение совершенно добровольно. Как правило, подписка производится либо путем отправления пользователем пустого письма на заданный адрес (адрес автореспондера), либо путем заполнения формы на Вашем сайте (код формы, который нужно вставить на страницу, автореспондер для Вас генерирует сам!)

2. Если пользователь подписался на Вашу информацию, значит, она ему интересна. Что ж, самое время начинать пробуждать в нем интерес также и к Вашим товарам (услугам), в процессе преподнесения той информации, которую он хочет получить, оформив подписку.

3. Автореспондер работает полностью в автоматическом режиме, совершенно без Вашего участия после того, как Вы его настроили, определив необходимые временные интервалы. Как правило, первую порцию информации подписчик получает сразу же после подписки (в основном, это благодарственное за подписку письмо и краткий анонс того, что последует дальше), а остальные – одно за другим с интервалом в сутки. В любое время дня и ночи, в любой день недели, в любое время года. Один раз настройте, а дальше будет работать автомат!

4. Все адреса, с которых приходят запросы на подписку, сохраняются автореспондером в специальной базе данных вкупе с остальными сведениями о подписчике, которые он предоставил (имя, фамилия, возраст, место жительства и т.п.). Данная база ведется

автоматически, большинство сервисов почтовых автоответчиков имеют функцию валидации адресов (то есть проверки, существует ли введенный адрес или нет, в последнем случае он автоматически удаляется, благодаря чему Вам не надо чистить базу данных вручную). К этой базе данных Вы можете получить доступ в любое время, произвести поиск подписчиков по любым критериям, отслеживать каналы подписки (т.е откуда приходят потоки потенциальных клиентов, запросивших Вашу информацию) и выполнять массу других полезных с маркетинговой точки зрения операций с накопленными сведениями, к примеру, проводить исследования собственной потенциальной клиентуры при условии достаточности данных.

5. Собрав достаточное количество подписчиков и рассортировав их по нужным критериям, Вы можете смело проводить маркетинговые кампании – рассылать информацию рекламного характера тем, кто у Вас ничего не купил с первого раза, а также предлагать новые товары и услуги уже имеющимся у Вас клиентам.

Как видите, решение просто до гениальности. Собирая при помощи автореспондера почтовые адреса и используя автоматическую систему доставки на них нужной клиенту (и Вам) информации, Вы можете достаточно быстро существенно увеличить количество своих продаж, регулярно отсылая корреспонденцию, необходимую для постепенного превращения потенциального клиента в действительного.

Отсюда и возник термин customer follow-up, что в переводе с английского означает «клиентское сопровождение», а если быть предельно точным – информационное сопровождение клиентов. Сопровождая потребителя информационно и потихоньку, но постоянно вдалбливая ему в голову, что без Ваших товаров и услуг ему никуда не деться, Вы приближаете его к совершению покупки. Медленно, но верно. Шаг за шагом. С этой точки зрения нельзя не отдать должное Вадиму Ласто (<http://www.lasto.com>), который метко назвал разработанное им программное обеспечение для организации сервиса автореспондеров «почтовым дятлом».

Но еще раз повторю: реклама должна быть ненавязчивой! Будете «доставать» потенциальных клиентов, они немедленно отпишутся от Вашего автореспондера и плакали Ваши продажи! Клиентов надо любить и считаться с их предпочтениями.

Вы можете спросить меня: а почтовая рассылка не подходит для всех вышеописанных целей? Внешне она функционирует примерно таким же образом.

Нет, друзья мои, почтовая рассылка в абсолютном большинстве случаев не сможет Вам помочь практически ничем для нужд предпринимательской деятельности по двум причинам. Обе они

обусловлены тем, что подавляющее количество издателей выпускают рассылки, пользуясь услугами бесплатных сервисов.

Во-первых, никакой сервис почтовых рассылок не позволит Вам размещать в выпусках Вашу рекламу. Это – прерогатива самого сервиса, а за возможность размещения Вашей рекламы они запросят такую цену, что Вы с Вашим бизнесом очень быстро (простите за выражение) останетесь без штанов.

Во-вторых, ни один сервис почтовых рассылок никогда не предоставит в Ваше распоряжение базу данных с Вашими подписчиками и никогда не позволит ей манипулировать необходимым образом. Это проистекает из требований приватности и является одним из условий существования сервиса почтовой рассылки.

Поэтому автореспондер является совершенно необходимым и незаменимым инструментом в INTERNET-маркетинге. Его можно органично интегрировать в любую маркетинговую стратегию и использовать в системе с любыми другими инструментами. Еще раз повторюсь: по своим результатам автореспондер способен увеличить количество Ваших продаж в три – семь раз. Ни один другой инструмент из арсенала онлайн-бизнесмена такой мощью и результативностью не обладает.

Проблемы применения автореспондеров в российском электронном бизнесе и их возможные решения

Теория e-mail-маркетинга в отношении автореспондеров является, по большому счету, красивым повествованием о бешеном успехе и сумасшедших прибылях, достигаемых благодаря эффективному использованию этого поистине потрясающего инструмента. Однако практика в этой сфере является далеко не такой безоблачной, и всем предпринимателям, делающим серьезный шаг вперед и осваивающим описанный в предыдущей главе инструмент, приходится сталкиваться с весьма серьезными проблемами, характерными, главным образом, именно для RuNET'a.

Проблем на данном пути на самом деле великое количество. Здесь я постараюсь перечислить основные из них и указать на свое видение их самых доступных решений для предпринимателей, ведущих домашний и малый электронный бизнес.

Проблема первая. Отсутствие конкурентного рынка служб почтовых автоответчиков. Дело в том, что в России на сегодняшний день рынок сервисов, предоставляющих в Ваше распоряжение профессиональные автореспондеры, отсутствует вообще. Сегодня можно констатировать, что единственный российский сервис – это служба умных рассылок и почтовых автоответчиков Максима Хигера (<http://smartresponder.ru>). Альтернатив данному сервису я до того самого дня, когда вышел в свет настоящий доклад, не встречал. Несмотря на то, что SmartResponder – весьма профессиональный сервис, предоставляющий достаточно обширный пакет услуг и инструментов по вполне разумным ценам (скажу больше – вдвое ниже западных!), он остается единственным. Иными словами, нашему доморощенному предпринимателю здесь просто не из чего выбирать. Не всем нужен полный комплект тех инструментов, которые предоставляет Хигер, а некоторые из тех, которые могли бы понадобиться большинству бизнесменов, в возможностях системы SmartResponder отсутствуют. Основной негативный момент в данной ситуации – это отсутствие системы сервисов, которые бы органично дополняли предложения друг друга и конкурировали между собой, благодаря чему у каждой из систем был бы свой набор тарифных планов, из которых любой предприниматель мог бы выбрать именно то, что ему нужно, ориентируясь в первую очередь на соотношение «набор возможностей / цена». В качестве примера можно привести ситуацию на рынке провайдеров хостинга – в течение пары часов Вы

без труда найдете тот «боекомплект», который полностью отвечает Вашим запросам и устраивает с точки зрения стоимости услуг.

Указанную проблему каждый решает по-разному. Я приведу здесь три наиболее простых решения и акцентирую внимание на их плюсах и минусах.

Решение первое – воспользоваться услугами службы Максима Хигера. Данное решение, с моей точки зрения, является самым разумным из всех вариантов. Преимуществом данного решения является то, что Вы получаете в свое распоряжение полноценный сервис автореспондеров, перспективно развивающийся и работающий на хорошем техническом уровне. Единственный недостаток: служба очень молодая и как таковая таит в себе разного рода сюрпризы – технические сбои, возможные непредвиденные ошибки в области программной части и т.п. С другой стороны, подобные проблемы характерны для всех поставщиком INTERNET-услуг. В целом же выбор службы Хигера – это едва ли не идеальный вариант. Лично я как пользователь SmartResponder вполне доволен его работой, хотя присутствуют и недостатки. Подробности – в главе, посвященной данному сервису.

Решение второе – использование зарубежных сервисов почтовых автоответчиков. С одной стороны, данное решение имеет тот плюс, что западные службы являются профессиональными и работают в большинстве своем как часы. Но с другой стороны, не упоминая о необходимости наличия международной пластиковой карты типа VISA International и относительно высокие цены, минус заключается в том, что западные сервисы, как правило, довольно жестоко обращаются с кириллицей, что в большинстве случаев исключает их применение для нужд российских предпринимателей. В последующих главах отношение различных сервисов к нашим кодировкам рассмотрено более подробно.

Решение третье. Установка автореспондера на своем сайте. Этим решением пользуется подавляющее число российских компаний и бизнесменов. Плюсы: Вы не зависите от службы почтовых автоответчиков, на Вас не распространяются их сбои, условности и проблемы. Минус: дороговизна подобных программных решений и их установки, необходимость владения навыками программирования на соответствующих языках (Perl, PHP и пр.). К тому же, большинство провайдеров хостинга в целях защиты от спама не позволяют рассылать с Вашего домена более определенного количества писем в минуту, как правило, весьма небольшого.

В этом решении, кстати говоря, имеется еще один минус, который на первый взгляд очень незаметен, ибо затмевается перспективой иметь свой собственный автореспондер. С одной стороны, Вы обретаете независимость от всех проблем служб почтовых автоответчиков, но, с другой стороны, попадаете в прямую

зависимость от Вашего провайдера хостинга. Если с Вашим сайтом, не дай Бог, что-нибудь случится, база данных Ваших подписчиков, которую Вы так долго, тщательно и прилежно собирали, прикажет Вам долго жить.

Какое из решений Вас больше всего устроит – выбирайте сами, исходя из своих личных и финансовых возможностей.

Проблема вторая. Сбои в работе сервисов и глумление над русскими кодировками. Если Вы обращаете свои взоры на зарубежные службы почтовых автоответчиков, Вам придется столкнуться с рядом трудностей. Прежде всего, абсолютное их большинство немилосердно искажает кириллические кодировки, делая письма совершенно нечитаемыми (смена кодировки в почтовом клиенте не помогает) из-за чего использование этих служб для нужд российского бизнеса исключается. Во-вторых, в работе даже самых высокооплачиваемых и дорогостоящих сервисов периодически возникают различного рода сбои и непредвиденные сюрпризы (основные из них описаны в главах, посвященных каждой конкретной службе). Из-за этих сбоев в некоторых ситуациях Ваш e-mail-маркетинг может существенно пострадать.

Решение первое: При выборе иностранных служб будьте предельно внимательны и осторожны, а перед тем, как заказывать и покупать платные версии профессиональных пакетов услуг, тщательно изучите все особенности сервиса и обкатайте Ваши рассылки на бесплатных демо-версиях (они предоставляются практически всеми службами).

Остальные возможные решения – см в пункте «Проблема первая».

Проблема третья. Последствия гипертрофированности борьбы со спамом в RuNET'е. Как водится во все времена, если с чем-то начинают в России бороться, то делают это так, что налицо больше вреда чем пользы. В области электронного бизнеса борьба со спамом напоминает вырубание виноградников в период разгара антиалкогольной кампании при Горбачеве.

В чем это выражается? В первую очередь, в алгоритмах защиты от спама, взятых на вооружение большинством бесплатных сервисов, предоставляющих в Ваше распоряжение ящики электронной почты. Алгоритмы предельно простые и эффективные на 250 %. Почему именно на 250? Потому, что вместе со спамом они отсекают и те письма, которых ждут владельцы почтовых ящиков. Как показали результаты моих исследований, примерно в соотношении 1:1,5. Вот и получается: отсекаем 100 % спама + 150 % прошенных и ожидаемых писем. 250 % эффективности... от которой сотни предпринимателей ежедневно терпят значительные убытки.

В большинстве своем защита от спама строится на основе двух алгоритмов.

Алгоритм первый. Блокировка определенной части входящей почты POP-3-сервисом. Как это понимать? Очень просто. Если в течение заданного отрезка времени (например, 1 минуты), сервис почтовых ящиков получает большое количество писем с одного и того же адреса, владелец адреса объявляется спамером, а его адрес попадает в стоп-лист почтового сервиса. Остроумно, не так ли? Мало того, что Ваши письма больше не дойдут на указанные ящики, так Вы еще и рискуете приобрести соответствующую репутацию, которой ни один предприниматель не пожелает даже своему злейшему врагу.

Другой вариант. Кто-то заказал, предположим, Ваш курс обучения, который Вы рассылаете через автореспондер. Курс он прослушал и забыл о нем. Затем через определенное время он получает Ваше рекламное предложение, которое Вы разослали через свой автореспондер всем, чей адрес имеется в его базе данных. Не помня Вас (или не желая больше получать Ваших писем), адресат данного письма вместо того, чтобы пройти по ссылке «отписаться», размещенной внизу Вашего письма (вот до чего народ у нас ленив!), щелкает на ссылку «Это – спам!», которая имеется практически во всех онлайн-интерфейсах электронной почты. Конечно, зачем крутить письмо до конца, когда указанная ссылка гораздо ближе! Результат? Тот же самый, что и в предыдущем абзаце.

Еще один вариант. На главной странице каждого сервиса почтовых автоответчиков имеется ссылка «пожаловать на спам». Можете быть уверены, что кто-нибудь из Ваших наиболее активных и не вполне добросовестных конкурентов на Вас пожалуется. Если Вы спамом не занимались, доказать это будет вполне возможно, но, согласитесь: приятного мало.

Это только три наиболее часто встречающихся в практике e-mail маркетинга примера. На самом деле, как говорил мой бывший начальник, «вариантов миллион».

Или возьмите Yandex – «почта без спама». Так-то оно так, только на ящики этой службы, как правило, не доходит ни одно письмо с автореспондеров. За некоторыми исключениями, также отмеченными в моей практике.

Алгоритм второй. Блокировка SMTP-протокола и установление лимита на количество писем, рассылаемых за заданный промежуток времени. Большинство провайдеров хостинга и электронной почты в целях защиты от спама выставляют ограничения на количество одновременно рассылаемых писем. Вот Вам и проблема: подсчитайте, за какой период времени Вы разошлете письмо по своему листу, если у Вас 10 000 подписчиков, а сервер позволяет отсылать 20 писем в минуту?!

Естественно, данные алгоритмы применяются не в чистом виде, а с определенными вариациями. Но суть остается той же самой.

В принципе, против данных способов защиты и возражать бы не стоило, если бы не один печальный факт. Все эти меры не дают ожидаемого результата. В итоге спам (несмотря на некоторое снижение) продолжает процветать, а люди не получают тех писем, которых ждут и желают.

Возможное решение: если Ваши письма перестали приходить на определенные адреса, свяжитесь с администрацией почтового сервиса, владеющего этими адресами и попытайтесь доказать, что Вы не спамер. В указанной ситуации, с моей точки зрения, это наиболее приемлемое решение, срабатывающее как в том случае, когда Ваши письма блокирует почтовый сервис, так и тогда, когда Ваш SMTP тормозится провайдером хостинга. В моей практике не так давно подобный инцидент возник с сервисом Mail.Ru. Я рассылал уроки тренинга через собственный движок большому количеству подписчиков, многие имели ящик на указанном сервисе. После того, как я получил большое количество писем от этих подписчиков и понял, что до них моя корреспонденция не доходит, я связался с администрацией Mail.Ru и объяснил им, кто я такой и чем занимаюсь. Проверка показала, что мой домен (berestneff.com) действительно оказался в стоп-листе сервиса (был поставлен роботом в него автоматически на основе первого из описанных выше алгоритмов защиты). Администраторы Mail.Ru запросили несколько указанных мной адресатов и получили в свой адрес ругательные письма о том, что из-за их непродуманной защиты люди не могут получать оплаченные за свои кровные денежки материалы. В результате непродолжительных препирательств, служба поддержки извинилась и открыла моему домену зеленую улицу.

Еще раз повторю: указанное решение справедливо и для тех случаев, когда Ваши рассылки тормозятся провайдером хостинга.

Как видно, проблем масса, и в большинстве своем их возникновение не зависит от служб почтовых автоответчиков. Но с другой стороны, чем бы эти проблемы обусловлены ни были, факт остается фактом: для эффективной работы автореспондеров в RuNET'e существует большое количество препятствий. Не все их иной раз удается в нужной степени преодолеть. Результаты плачевные: недовольные клиенты, срыв продаж, неполученные рекламные письма, перебои в работе Вашего предприятия... Но наиболее деятельные и успешные бизнесмены, однако, практически всегда находят достойный выход из проблемных ситуаций. Другое дело, что свои проблемы каждый решает по-разному.

Естественно, это далеко не полный перечень всех проблем, а краткая характеристика наиболее существенных из них. Другие проблемы и их описание Вы найдете в дальнейшем материале по ходу изложения сведений о конкретных сервисах. Но в любом случае, e-mail-маркетинг на основе использования автореспондеров

настолько эффективен, что стоит того, чтобы сталкиваться с подобными проблемами и решать их. Конкретные проблемы, с которыми Вам предстоит встретиться лицом к лицу и решения, с помощью которых Вы сможете их преодолеть, зависят от специфики Вашего бизнеса, а также от Ваших личных и финансовых возможностей.

AceResponse

AceResponse

<http://www.aceresponce.com>

support@aceresponce.com

AceResponse.com

49 D'Aubigny Rd.

Brantford, Ontario

Canada N3T6J2

Тел. 519-750-2045



Стандартный во всех смыслах данного слова сервис почтовых автоответчиков, пользующийся стандартной популярностью за рубежом. В тенденции развития данного почтового сервиса во всем прослеживается стремление к «усредненности». Что ж, вполне достойное решение для предпринимателя «средней руки», нуждающегося в инструменте e-mail автоматизации.

Честно говоря, обобщая информацию о данном сервисе, сказать о нем практически нечего по той простой причине, что из всей массы подобных служб его практически ничего не выделяет. Функции предлагаются вполне стандартные, по вполне «стандартным» ценам, отклик на запрос не сказать, чтобы моментальный, но вполне приемлемый (как правило, от 1 до 10 минут). Письма доставляет вовремя, имеется хорошая служба технической поддержки по электронной почте, которая отвечает на Ваши вопросы моментально.

Лично мной профессиональный пакет услуг данного сервиса не тестировался, вся изложенная в настоящей главе информация написана на основе отзывов о его работе моих зарубежных коллег. При производстве опроса тех из них, кто пользуется услугами AceResponse, мне не удалось получить внятных ответов на вопрос, почему они выбрали именно эту службу. Как я понял, скорее всего это были ситуативные решения. То есть в развитии бизнеса наступил тот этап, когда без автореспондера уже было не обойтись и под руку попался именно этот сервис. Кстати говоря, в пользу этого довода говорит и тот факт, что AceResponse обладает весьма хорошими позициями в рейтингах основных зарубежных (лучше сказать, всемирных) поисковых систем (проверено на Altavista, HotBot, Excite и Yahoo!). При вводе строки запроса «autoresponders» AceResponse появляется в списках поиска вторым по счету (первым высвечивается ссылка на какой-то коммерческий каталог ресурсов, ссылки в которых размещаются за внушительную плату, не помню, как он называется.

Кстати, в данном каталоге AceResponse также присутствует, но уже на первом месте). Как мне представляется, данные позиции этот сервис обеспечил себе во многом благодаря тому, что его название начинается на первую и третью буквы латинского алфавита. Ведь известно, что как бы ни менялся алгоритм индексирования и отображения результатов поиска в поисковых машинах, алфавитная сортировка всегда остается в силе.

По поводу обращения данного сервиса с кодировками могу сказать только следующее. Один из моих коллег из Китая жаловался, что китайскую кодировку AceResponse «убивает» напрочь. В то же время, другой мой знакомый предприниматель из Греции отметил, что с греческой кодировкой он при пользовании AceResponse проблем не испытывал. Как отнесется данный сервис к русским кодировкам, остается только догадываться.

Оплата услуг сервиса производится посредством пластиковой карты VISA, Mastercard, American Express, а также при помощи электронного чека американских банков.

GetResponse

GetResponse (Implix Co)
<http://www.getresponse.com>
info@getresponse.com
 Rozewska 28
 81-055 Gdynia
 Poland
 Тел. 506-553-6482 (Canada)
 (646)-219-0304 (USA)



Детище польской компании Implix, пожалуй, самый известный и самый функциональный сервис автореспондеров в мире. Девиз этой службы почтовых автоответчиков: «Более 300 000 пользователей не могут одновременно ошибиться в своем выборе!» Да, вряд ли какой-либо из подобных сервисов может похвастать такой солидной клиентской базой. Оно и не удивительно: GetResponse предоставляет в распоряжение предпринимателей практически все, что можно желать, обзаводясь автореспондром. Разве что, на Луну не летает... Да и на Западе в кругах e-mail маркетологов давно стала расхожей фраза: «Хочешь все и сразу – купи GetResponse».

Самая главная отличительная черта данного сервиса, сразу же бросающаяся в глаза – возможность прикрепления к письмам неограниченного количества файлов абсолютно любого размера. Как сказано в рекламных материалах, «доставляйте подписчикам хоть Ваше программное обеспечение и любые цифровые товары через наш сервис!» Такого лично я нигде в пакетах услуг других служб не видел. Первой моей мыслью была скидка на чрезмерно кричащий американский стиль рекламы, но... убедился в правдивости процитированных слов воочию. До настоящего времени они даже дисковую квоту не устанавливали, хотя, возможно, это решение у них когда-нибудь созреет.

Другой отличительной особенностью данной службы является моментальная реакция на подписку. Я протестировал GetResponse более чем на 30 бесплатных сервисах электронной почты, предоставляющих почтовые ящики. Заполнив форму подписки, сгенерированную GetResponse, я сразу же переключался в свой почтовый клиент и жал на кнопку «Проверить почту» на тестируемом ящике. Каждый раз письмо там уже лежало. То же самое происходило и с подпиской по ссылке. Как только письмо уходило, сразу же

нажимал указанную кнопку и... получал ответ. Такой скорости отклика я не видел ни у какого другого сервиса.

Еще одна интересная особенность данного сервиса заключается в том, что в пользовательском интерфейсе имеется функция «генерация всплывающего окна». Как известно, пользователи ненавидят разного рода всплывающие окна и устанавливают различного рода блокировщики, чтобы от них избавиться. И единственное всплывающее окно, которое позволяет использовать на своем сайте профессиональная этика онлайн-бизнеса – окно с формой подписки. Эта функция реализована в профессиональном пакете услуг GetResponse. Иными словами, помимо HTML-кода формы для вставки на страницы сайта, сервис сгенерирует для Вас и код всплывающего окна со встроенной формой подписки. Для того, чтобы отредактировать окно и форму, необходимо задать всего лишь несколько переменных. В том числе и временной интервал, т.е. через какой промежуток времени будут доставляться каждое из Ваших заряженных в автореспондер писем.

Что говорить: прекрасный провайдер почтовых автоответчиков. Не было бы ни одной зацепки за что-нибудь отрицательное, ни одного упрека, ни одной претензии к данному сервису, если бы не поправки на специфику RuNET'a, к анализу которой мы и переходим.

Что ж, давайте посмотрим, каким образом это чудо почтовой техники чувствует себя в условиях суровой российской действительности.

Пожалуй, самый больной вопрос использования в деятельности российских предпринимателей зарубежных автореспондеров – это, как уже отмечалось, проблема с кодировками. Чаще всего бывает так, что Вы заряжаете в импортный автореспондер серию писем на прекрасном, великом и могучем русском языке, а на почтовый ящик получателя приходит великолепный подбор кракозяб, похожих на письменность времен вавилонского царя Хаммурапи и совершенно не поддающихся расшифровке. Никакие смены кодировок и транслитераций не помогают. Это – подарок зарубежных разработчиков для нас и наших братьев по разуму, не говорящих на английском языке и использующих собственный алфавит, отличный от латинского. Причем, подарок сделанный, бесспорно, без злого умысла.

По поводу дилеммы «кодировка / GetResponse» могу сказать следующее. Я тестировал данный сервис (как бесплатную, так и профессиональную версии) с различных сайтов, на различные почтовые ящики, используя различные форматы писем во всевозможных кодировках, но... я так и не понял, по какому принципу происходит искажение кодировки данным сервисом. Одно и то же письмо на один и тот же почтовый ящик может прийти как во вполне читабельном, так и совершенно непотребном виде. Никаких

закономерностей на протяжении трехмесячного тестирования я не обнаружил. У меня сложилось впечатление, что между сервисом и почтовым ящиком сидит какой-то злобный гном и подбрасывает монетку, решая, каким образом дойдет до получателя письмо... орел – читаемо, решка – иероглифы... Даже жесткая установка кодировки в тэге CHARSET HTML-версии письма абсолютно никак не влияла на ситуацию. Впрочем, как показали проводимые мной онлайн-опросы, мне очень сильно повезло – большинство тех, кто пользовался GetResponse, постоянно получали нечитаемые письма. Хотя следует отметить, что все они пользовались бесплатной версией (предоставляющей в Ваше распоряжение один автореспондер). Я разницы между бесплатной и профессиональной версией не обнаружил.

Так что если Вы хотите использовать в своей работе данный сервис, имейте в виду: ожидаются проблемы с кодировкой.

Оплата услуг данного сервиса производится либо пластиковыми картами VISA, MasterCard и American Express, либо электронными чеками американских банков.

Внимание владельцев виртуальных карт VISA, купленных на сайте платежной системы RuPay! Платежный процессор, при помощи которого GetResponse получает оплату своих услуг, не принимает подобные виртуальные карты! Так что если Вы решили воспользоваться его услугами, Вам придется завести настоящую международную банковскую карту типа VISA International. Или попросить друга проплатить за Вас.

Расскажу связанный с этим любопытный случай из собственной практики. В процессе регистрации в качестве нового пользователя профессионального пакета услуг GetResponse требует обязательного указания Вашего телефона. Как написано на сайте, «на тот случай, если у Вас возникнут проблемы с регистрацией». Пропустив мимо ушей это довольно странное требование, я попытался оплатить услуги сервиса с помощью виртуальной карты VISA, приобретенной на сайте RuPay. Платежный процессор номер и иные данные моей карты не принимал, и я никак не мог добиться от него почему. В итоге, когда я предпринимал восьмую по счету попытку стать зарегистрированным пользователем GetResponse, у меня зазвонил сотовый телефон. На определителе высветился прямой московский номер. Поскольку час был уже поздний (примерно 03:00), все мои домочадцы спали, к тому же звонок обещал быть дорогим в плане его оплаты, я сбросил вызов. Но через минуту мобильный зазвонил снова. Я его снова выключил. На пятый раз я решил выяснить, кто так настойчиво пытается до меня дозвониться и... сняв трубку и не дав звонившему сказать ни слова, наорал на представителя службы технической поддержки GetResponse..! Естественно, я выяснил, понял ли он что-нибудь из того, что я ему сказал сгоряча, он ответил, что нет, т.к. русским языком

не владеет вообще. Облегченно я ему объяснил, что не проходит платеж, он посоветовал обратиться в службу поддержки платежного процессора, установленного на их сайте. На сем мы и расстались. Кстати, за этот разговор с моего баланса не было снято ни цента. Тем не менее, не советую звонить по телефону, размещенному на сайте GetResponse с пометкой «звонок бесплатный!» Кто знает, так ли это для России. Я не пробовал.

InfoGenerator

InfoGenerator

<http://www.infogenerator.com>

info@infogenerator.com



На сегодняшний день InfoGenerator является, пожалуй, одним из самых дорогостоящих сервисов почтовых автоответчиков. Внушительную часть тех средств, которые я потратил на тестирование и эксперименты с автореспондерами, «съела» именно эта служба.

Основным фактором, повлиявшим на мое решение воспользоваться услугами этой службы, явилась как раз их дороговизна. Намучавшись с различного рода дешевыми и «усредненными» сервисами, я решил выбрать какой-нибудь из дорогих в надежде, что он работает лучше. Вывод о том, прав я оказался в конечном итоге или нет, Вы, думаю, сделаете сами по прочтению настоящей главы.

В процессе тестирования технических нареканий с точки зрения оперативности реакции на запрос нового подписчика и рассылки писем в строго заданное время (с точностью до минуты), как с вычисляемым интервалом, так и с жестким (т.е. устанавливаемым временем – час и минута, когда заряженное отдельное письмо должно быть разослано подписчикам определенного автореспондера или всех сразу), InfoGenerator у меня не вызвал. Прекрасно смазанный механизм, с хорошим откликом и очень приличной точностью.

Но вот в других отношениях мне этот сервис очень не понравился. В частности:

1. Когда я попытался импортировать уже имеющийся у меня список подписчиков в базу данных созданного мной автореспондера в аккаунте InfoGenerator, на экране появилась надпись, вежливо объясняющая, что за импорт списка необходимо заплатить (цена возрастала с каждой сотней адресов). Несмотря на то, что платить нужно было весьма немного, данный факт привел меня в замешательство. В самом деле: раскошелившись на дорогой сервис, я выяснил, что дополнительные опции являются платными. Пришлось забивать адреса вручную, благо обязательного подтверждения подписки со стороны реципиента сервис по умолчанию не требовал.

2. В профессиональной версии присутствует возможность покупки e-mail-листов. В нашем случае такая опция не несет в себе

ничего, кроме весьма существенных недостатков. Во-первых, российским предпринимателям незачем покупать списки адресов потенциальных клиентов, не говорящих по-русски, если только бизнес не ориентирован на Запад, что встречается нечасто. Во-вторых, даже если Вы и ориентируетесь на зарубежную аудиторию, нет никаких гарантий того, что Вы, заплатив достаточно солидную сумму, приобретете список именно целевых пользователей, т.е. потенциальных клиентов. В-третьих, рассылка Вашей рекламы даст минимальный результат, поскольку эти люди Вас не знают, вам придется работать с ними очень долго, чтобы получить их доверие, а как это можно сделать, если они не запрашивали Вашей информации? И, наконец, в-четвертых, нет никакой гарантии, что Ваш список не продадут точно так же кому-то еще. Последнее обстоятельство для Вас будет означать нарушение собственной приватной политики со всеми вытекающими последствиями.

3. Очень неудобный пользовательский интерфейс. Видимо, разработчики InfoGenerator имеют собственный взгляд на систему организации навигации. Ссылки на пункты меню расположены достаточно беспорядочно, к тому же они имеют нестандартные названия. Даже я со своим опытом и знанием английского языка не сразу разобрался, как правильно управляться с этим почтовым агрегатом.

Общее впечатление, оставшееся у меня от двухмесячной работы с настоящим сервисом, выглядит весьма удрученным. Мало того, что данная служба не оправдала моих ожиданий с точки зрения соотношения цена / качество, я потратил большое количество времени, денег и сил на то, чтобы выяснить, что эта служба для моего бизнеса не подходит.

Что касается кодировки, то InfoGenerator просто потряс меня своей оригинальностью обращения с кириллицей. Друзья мои, я никогда не видел ничего подобного и очень благодарен разработчикам и администраторам данной службы за то, что они не на шутку позабавили меня этим своим детищем! Хоть какая-то радость в обмен на не очень эффективно вложенные в данный сервис средства! Нет, на самом деле мне и моему программисту Алексею Фатееву, который одновременно исполняет обязанности руководителя службы технической поддержки, пришлось немало посмеяться во время тестирования нашего аккаунта.

Дело вот в чем. Когда вы заряжаете в InfoGenerator серию писем, написанных на русском языке, неважно в каком формате – текстовом или HTML, в предпросмотре письма отображаются как надо. Но на тот момент, когда они попадают в ящик получателя, с ними происходит очень любопытная метаморфоза: заглавные буквы, аналогов по начертанию которым нет в латинском алфавите, InfoGenerator заменяет на скобку. Получается весьма занимательная клинопись, в

которой, несмотря на присутствие знакомых букв, иной раз бывает невозможно разобраться.

В качестве примера:

Так выглядит текст до отправки с сервиса получателю:

*Здравствуйте, уважаемый Борис!
Я рад приветствовать Вас в числе подписчиков моей рассылки
Как Заработать Гораздо Больше За Один День, Чем За Три Месяца !*

А вот что мы видим в почтовом ящике реципиента:

*)дравствуйте, уважаемый)орис!
) рад приветствовать Вас в числе подписчиков моей рассылки
Как)аработать)ораздо)ольше)а Один)ень,)ем За Три Месяца !*

Согласитесь, достаточно отвратительный вариант доставки для сервиса, дерущего с трудящихся втридорога. Как только я ни пытался решить данную проблему, ничего не помогало. Единственное, что остается – не использовать заглавные буквы кириллицы, не имеющие латинского соответствия (имеют соответствие, например, буквы У, Е, Н, А, М, С – в латинском алфавите есть буквы, которые пишутся точно так же, хотя и называются по-другому, их InfoGenerator не трогает), либо писать все письмо маленькими буквами. Но, согласитесь, для предпринимателя ни первый, ни второй способ решением не является.

Помимо всего прочего, хочу отметить, что все домены, которые предлагает данный сервис в качестве альтернативных SMTP-адресов, регулярно попадают в стоп-листы российских бесплатных почтовых служб, поэтому на почтовые ящики, расположенные на этих сервисах, письма с InfoGenerator не доходят. Но и здесь рассматриваемся служба автореспондеров преподносит нам очередной сюрприз: очень трудно вычислить, какой домен каким сервисом почтовых ящиков в заданный момент времени не пропускается. Практически ежедневно тестируя InfoGenerator на протяжении двух месяцев, я пришел к выводу, что, пытаясь нарисовать схему, на которой было бы изображено соотношение доменов InfoGenerator и задерживающих его письма почтовых сервисов, мы получим постоянно меняющийся калейдоскоп. Иного термина я для данной схемы подобрать не могу. Складывается впечатление, что все почтовые сервисы, задерживая письма с разных доменов InfoGenerator, составили график, согласно которому в определенный день определенный сервис тормозит письма с определенного домена. Это, конечно, на самом деле невозможно, но внешне ситуация выглядит именно так.

Обобщая сказанное, могу сделать только один вывод. Сервис InfoGenerator является прекрасной иллюстрацией достаточно старой народной мудрости: «самый дорогой – не обязательно самый лучший».

Оплата услуг данной службы производится посредством пластиковых карт VISA, MasterCard, American Express, а также электронными чеками американских банков. Платежный процессор данного сервиса без каких-либо проблем принимает виртуальные карты VISA, приобретенные на сайте платежной системы RuPay.

ListMail

ListMail

<http://www.listmailpro.com>

info@listmailpro.com



Одно из самых оригинальных решений на рынке зарубежных автореспондеров, представляющее собой интеграцию программного пакета и онлайн-сервиса. Профессиональный пакет данного провайдера почтовых автоответчиков представляет собой набор скриптов и программных компонент для установки на Ваш сервер. Вне зависимости от Ваших навыков и умений в области программирования, данный «боекомплект» устанавливается на Вашем сайте специалистами сервиса, за что взимается соответствующая плата, входящая в общую сумму стоимости пакета.

Возникает вопрос: каким образом в доклад, посвященный сервисам почтовых автоответчиков попала информация о программном продукте? Дело в том, что ListMail это необычный программный продукт, в чем Вы сейчас убедитесь.

Прежде всего, ListMail предлагает не просто установку и настройку программного комплекса на Ваш сайт, но и резервное копирование баз данных Ваших подписчиков на собственный сервер. Программное обеспечение ListMail интегрируется с сервером данной службы для более надежной организации технической поддержки. На самом деле, программный пакет ListMail очень прост в установке – все мои знакомые, кто пользовался данным пакетом, устанавливали его в течение часа. А вот настройка и конфигурация данного пакета является весьма трудоемким делом, лучше всего поручить ее специалистам сервиса.

Лично мне не довелось работать с данной службой, свое достаточно положительное мнение о ней я основываю на опыте работы своих зарубежных коллег. По их словам могу сказать, что работает данный программный комплекс на совесть, с хорошим подписным откликом и своевременной доставкой сообщений по заданному расписанию. Набор инструментов и функций данного почтового автоответчика достаточно стандартен и, можно сказать, что из общей картины рынка его ничего не выделяет. За исключением, пожалуй, просто шикарной службы технической поддержки.

Поскольку лично я не работал с этим продуктом, то не могу на сто процентов утверждать, возникают ли проблемы с кодировкой или

нет при использовании ListMail. Но, насколько мне известно, никто из пользователей, использовавших нелатинские шрифты и кодировки, проблем не испытывал. Тем не менее, из-за того, что данная компания не предоставляет в распоряжение потенциального покупателя бесплатной демо-версии, проверить положение дел с русскими кодировками возможности нет. Поэтому, если Вы решите заказать данный пакет, то сделаете это на свой страх и риск.

Оплата пакета производится посредством пластиковой карты VISA, MasterCard и American Express, используется платежный шлюз системы ClickBank.

MaxSponder

ListMail

<http://www.maxsponder.com>

info@maxsponder.com

Quality Software, INC



Самой важной отличительной особенностью сервиса MaxSponder от других служб почтовых автоответчиков является его интегрированность с несколькими наиболее популярными платежными системами, а именно:

- PayPal;
- iBill;
- WorldPat.

Данная интеграция основана на включении в состав аккаунта MaxSponder программных приложений, взаимодействующих с процессорами перечисленных платежных систем. Подобная функция позволяет организовать при помощи MaxSponder различного рода платные курсы, рассылки и т.п. Это – очень оригинальное решение, которое в составе пакетов услуг других сервисов мне не встречалось.

Несмотря на то, что указанные платежные системы вряд ли представляют интерес для российских предпринимателей, прекрасно функционирующая служба технической поддержки позволяет связаться со специалистами сервиса, которые за определенную плату (размер этой платы я не выяснял) изготовят Вам систему интеграции Вашего аккаунта с другими платежными системами по Вашему выбору. Естественно, в тех пределах, в которых позволяют это сделать сами платежные системы.

В остальном же MaxSponder предоставляет в своем пакете услуг достаточно стандартный, хотя и весьма широкий набор возможностей (см. сравнительную таблицу в конце доклада). Ничего примечательного кроме интеграции с платежными системами я при анализе возможностей данной службы не обнаружил, если не считать того, что в интерфейсе администратора имеется возможность поиска почтовых автоответчиков и их владельцев на сервисе по заданным Вам ключевым словам. Трудно переоценить эту возможность при разработке и развитии стратегий партнерства на основе применения автореспондеров в маркетинговой работе Вашего бизнеса.

И снова при тестировании автореспондеров MaxSponder, также как и многих других зарубежных сервисов, возникают проблемы с кодировками. Причем здесь, точно также как и в случае с

GetResponse, каких-либо закономерностей установить не удастся. Поэтому если Вы заинтересуетесь данной службой, рекомендую провести первоначальное тестирование ее бесплатной демо-версии.

Помимо всего прочего хочется отметить, что на странице сайта с описанием возможностей сервиса выложена ссылка на подробное руководство по работе с MaxSponder в форматах PDF и HTML, что является весьма важной отличительной особенностью. На сайтах других служб подобных руководств, одновременно выполняющих функции рекламы, FAQ-листа и технической документации, я не видел.

Оплата услуг данного сервиса производится при помощи вышеперечисленных платежных систем, принимающих к оплате пластиковые карты VISA, Mastercard, American Express, электронные чеки американских банков и внутренние переводы с аккаунтов в этих системах. Я платил через PayPal (перевести деньги в PayPal можно без всяких проблем при помощи платежной системы RuPay).

PROAutoResponder

ProAutoResponder

<http://www.proautoresponder.com>

info@proautoresponder.com

The logo for PROAutoResponder features the word "PRO" in a bold, yellow, sans-serif font, followed by "AutoResponder" in a blue, sans-serif font with a subtle drop shadow effect.

Весьма неплохой сервис автореспондеров, предоставляющий в Ваше распоряжение все стандартные функции по управлению почтовыми автоответчиками и рассылками. Преимущество в конкурентной борьбе данный сервис пытается получить очень оригинальным образом: предлагая услуги по рассылке так называемых «говорящих» писем.

Рекламные материалы на заглавных страницах сервиса можно было бы считать обычными, если бы не одна любопытная деталь. Рассказывая о возможностях сервиса, автор рекламных материалов отмечает: «Задача сервиса почтовых автоответчиков заключается не в том, чтобы рассылать кучу писем по заданному списку адресов и не в том, чтобы иметь возможность запрограммировать автоответчик на десять лет вперед. Все это может сделать любой сервис, любая онлайн-система рассылок. Задача состоит в том, чтобы способствовать установлению доверительных отношений с Вашими потенциальными клиентами».

Концепция развития сервиса PRO AutoResponder основана на утверждении о том, что пользователи Сети не очень расположены доверять тому, что написано. В текстах компании присутствуют упоминания о каких-то исследованиях, но описания этих исследований нет. На мой вопрос о том, где можно изучить эти исследования, администрация и служба технической поддержки ответили многозначительным молчанием. Либо упоминание об исследованиях сделано, так сказать для солидности, либо они представляют собой коммерческую тайну. И тот, и другой вариант вполне вероятен. Как бы то ни было, реклама PRO AutoResponder настаивает на том, что потенциальный клиент гораздо более расположен доверять голосу, который может слышать, чем простому тексту, который ему приходится читать в Ваших письмах. А посему, PRO AutoResponder, предоставляющий возможность рассылки «говорящих» писем, является, с их точки зрения, уникальным, незаменимым и потрясающе эффективным сервисом.

Более чем оригинальная концепция, не так ли? Что ж, каждый пытается получить преимущество в конкурентной борьбе по-своему. Расскажу о том, что лично я думаю о технологии «говорящих писем».

Во-первых, утверждение о том, что люди склонны больше доверять голосу, нежели письменному тексту, вызывает ряд сомнений. С одной стороны, голос, бесспорно, оказывает на потенциального клиента большее воздействие, нежели текст, но с другой, голос голосу рознь, точно так же, как и текст тексту. Можно написать прекрасный текст, который повлияет на потребителя гораздо больше, чем голос, а можно изготовить такой, что никакое звуковое сопровождение не спасет ситуацию. Голос тоже может оказаться «скрипучим, скрежещущим, гнусавым» и т.п., иными словами, неприятным для восприятия. Толку от такого голоса будет, мягко говоря, немного.

Во-вторых, остается открытым вопрос о персонализации. Если в случае с текстом эта проблема решается довольно просто (достаточно задать переменную, в значение которой подставлять имя, указанное подписчиком при регистрации), то со звуком возникает гораздо больше проблем. Обратиться собственным голосом по имени к каждому из подписчиков достаточно затруднительно. Если же формировать фонограмму из кусочков (для того, чтобы вставить в нужное место имя того, к кому Вы обращаетесь), это сразу станет заметным за исключением случаев, когда Вы пользуетесь услугами профессионалов в области звука, которые стоят недешево.

В-третьих, в Рунет'е, где основным способом выхода в Сеть остаются низкоскоростные модемные соединения вопрос приема-передачи потокового аудио стоит достаточно остро. Проще говоря, не всем Вашим потенциальным клиентам будет удобно получать Ваши «говорящие» письма и прослушивать их. Здесь можно наткнуться на тот же самый эффект, который дает загрузка в браузере пользователя навороченного по последнему слову дизайнерских примочек сайта. Известно, что если эта загрузка тянется больше 30 секунд, абсолютное большинство пользователей с сайта уходит. Та же самая участь постигнет и Ваши «говорящие» письма: их просто никто не станет слушать. Какой толк от такого автореспондера, письмам которого подавляющая часть аудитории не уделяет совершенно никакого внимания?

В общем же, говоря о применении в российской онлайн-овой предпринимательской деятельности рассматриваемой технологии, мы снова натываемся на кучу проблем, условностей и издержек.

Если не касаться этой возможности, то можно сказать, что сервис PRO AutoResponder предоставляет в Ваше распоряжение достаточно стандартный пакет услуг, хотя, признаться, достаточно заманчивый и обширный.

Лично мной данная служба автореспондеров не тестировалась. Поэтому выяснить главный для RuNET'a вопрос о том, как обращается этот сервис с нашими привередливыми кодировками, у меня возможности не было.

Оплата услуг данной службы производится посредством пластиковых карт VISA, MasterCard, American Express, а также электронными чеками американских банков.

RoyalResponder

RoyalResponder
<http://www.royal-responder.com>
info@royal-responder.com



Данный сервис представляет собой достаточно любопытный вариант службы почтовых автоответчиков с большим набором возможностей для проведения полноценных и широкомасштабных маркетинговых кампаний благодаря ряду интересных и весьма мощных инструментов.

Во-первых, данный сервис предоставляет в Ваше распоряжение набор скриптовых утилит, задействовав которые, Вы получаете возможность отслеживать, какие ссылки в Вашей рекламе пользуются большей популярностью. То есть, настроив своеобразное «оборудование слежения» Вы, регулярно просматривая статистику, увидите, по каким из размещенных в Вашей рекламе ссылок подписчики совершают большее количество переходов.

Во-вторых, в пакете инструментов, предоставляемых данной службой, имеется уникальное, с моей точки зрения, средство маркетингового анализа. Настроив Ваш автореспондер, Вы сможете отслеживать наиболее активных подписчиков. Как это понимать? Очень просто: Вам будет предоставляться статистика о том, кто из подписчиков по каким ссылкам сколько раз перешел. Таким образом, Вы получаете возможность произвести расслоение Вашей базы подписчиков на активных, неактивных и т.п.

Статистику по двум перечисленным пунктам Вы можете без каких-либо проблем заказать на собственный почтовый ящик по очень гибкому расписанию (например: «каждый день в 15:00» или «по субботам в 11:00» и т.д.).

В-третьих, при подписке каждый из Ваших реципиентов сможет указать, в какое время дня ему удобно получать Ваши письма, с точностью до минуты. Кстати говоря, с этим расписанием RoyalResponder прекрасно справляется.

В-четвертых, в инструментарий RoyalResponder встроена система различного рода реакций на разные даты. К примеру, Вы можете заложить поздравительное письмо и указать, чтобы оно доставлялось каждому Вашему подписчику в день его рождения. При помощи этой системы можно также организовать планирование различных мероприятий, доставлять подписчикам списки в какой день

им что нужно делать и т.п. (очень удобно для организации подписок обучающего характера).

Помимо всех прочих достоинств,

Но, несмотря на наличие всех перечисленных достоинств, существует обстоятельство, здорово омрачающее нарисованную мной выше радужную картину. Еще одна отличительная особенность данного сервиса, начисто перечеркивающая возможность его использования на российских просторах Сети, заключается в том, что... за время двухмесячного тестирования мной было установлено: ни одно письмо, отправляемое данным сервисом, не доходит ни на один бесплатный российский почтовый ящик! На ящики, прилагающиеся в стандартном пакете услуг коммерческого хостинга, письма от RoyalResponder доходят без проблем, но только потому, с моей точки зрения, что владелец ящика целиком и полностью самостоятельно определяет, что считать спамом, а что – нет. Единственная надежда на перспективу – возможность применения инструментов данного сервиса в RuNET'е напрямую зависит от динамики публичной политики борьбы со спамом.

Единственно возможный вариант использования RoyalResponder в России сегодня – это принятие подписки только с платных почтовых ящиков. Согласитесь, для предпринимателя, ориентирующегося на широкий потребительский рынок, это не выход.

Оплата услуг данной службы производится посредством пластиковых карт VISA, MasterCard, American Express, а также электронными чеками американских банков. Платежный процессор данного сервиса без каких-либо проблем принимает виртуальные карты VISA, приобретенные на сайте платежной системы RuPay.

SendFree

SendFree

<http://www.sendfree.com>

info@getresponse.com

24-G West Main St.

Suite #227

Clinton, CT 06413



Второй в мире по популярности после GetResponse сервис автореспондеров, пробивавшийся на рынок путем раздачи направо и налево бесплатных аккаунтов. Первоначально SendFree вообще не имел платного сервиса (откуда и возникло его название – «Отправляй бесплатно»), а зарабатывал деньги на вставляемых в тела писем рекламных блоках. Кстати говоря, SendFree – это первый автореспондер, которым я воспользовался при развитии Колледжа. С него началась история моей работы с автореспондерами, на основе этого сервиса я познавал все прелести применения автореспондеров в предпринимательской деятельности.

Отличительной особенностью данного сервиса является встроенная в него система рекламного обмена. Изначально служба задумывалась именно как обмен объявлениями в автореспондерах и на почве данной оригинальности снискала себе такую популярность, что заняла второе место после GetResponse. Опишем эту черту SendFree подробнее.

Вне зависимости от того, являетесь ли Вы пользователем платного или бесплатного пакета услуг, во все Ваши письма, отправляемые с помощью данного сервиса, будут встроены текстовые рекламные блоки, если письмо в текстовом формате, и соответственно, графические баннеры, если письмо в формате HTML. Но в профессиональной версии предусмотрена возможность вставки в собственные письма только своей рекламы. При регистрации аккаунта система спрашивает характеристику специфики Вашего проекта и исходя из данного ответа подбирает Вам «партнеров», чью рекламу будет вставлять в Ваши письма. Если говорить о бесплатной версии, то использование ее в RuNET'e со вставкой англоязычных объявлений, как показала моя практика, не отвлекает внимания подписчика от текста Вашего письма. Проще говоря, эту рекламу никто не читает. Но в любом случае, наличие чужой рекламы в собственных письмах – вещь весьма неприятная...

Неоспоримым достоинством данной службы почтовых автоответчиков является то обстоятельство, что почтовые роботы SendFree совершенно не искажают кириллическую кодировку. По крайней мере, за три месяца пользования бесплатной версией и два месяца использования профессиональной, я не обнаружил ни единого случая «иероглифического шифрования» заряженных в него писем. В процессе тестирования около 150 человек получили от меня более 2000 писем посредством данной службы, и ни один из них не заявил мне претензий на искажение текста. Если же все-таки приходили кракозябы, сменой кодировки их удавалось привести в читаемый вид (к примеру, Win-1251 на KOI8R).

Еще одно важное замечание для тех, кто станет пользоваться услугами данной службы. Если Вы зарядили в SendFree письмо, а при повторном заходе на страницу с формой, в которой лежит текст письма, обнаружили, что русские буквы превратились в иероглифы – не пугайтесь! Ничего страшного не произошло, Ваши письма будут доставлены получателю в прекрасно читаемом виде. Искажение отображения текста писем происходит из-за того, что провайдер хостинга, на сервере которого расположен SendFree, жестко выставляет по умолчанию западноевропейскую кодировку для отображения текста. С самим же текстом ничего не происходит.

Но в любом случае, прежде чем Вы станете использовать профессиональную версию пакета SendFree, рекомендую «обкатать» свой сервис автоответчиков в бесплатной версии, которая содержит достаточно незначительные для тестирования ограничения: встроенные рекламные блоки в письмах, а также отключена возможность отправления HTML-писем. По поводу последней можете не волноваться: если SendFree качественно доставляет текстовые письма, будьте уверены, что HTML дойдет в точно таком же полностью удобоваримом виде.

В данной службе мне не понравились, главным образом, две вещи.

1. SendFree периодически подводит. Если говорить точнее, то в моей практике случалось, что одно-два письма из серии заряженных в данный автореспондер, не приходили подписчикам. Выглядело это следующим образом. Подписчик после заполнения формы на моем сайте получал письмо подтверждения (практически сразу, в плане отклика SendFree работает очень неплохо), далее в соответствии с расписанием, на следующий день подписчик получал первое письмо, еще через сутки – второе, еще через сутки – третье, а вот на следующие сутки уже пятое. Четвертое письмо почему-то не приходило, хотя в письмах рассылки оно лежало, и все опции были выставлены правильно. Служба технической поддержки уверяла меня, что такое невозможно, но факт оставался фактом: четвертого письма не было, сразу приходило пятое. От подобной проблемы

можно было избавиться, лишь перезарядив серию писем заново. Но, согласитесь, это не выход из ситуации, тем более, когда Вы не знаете, пропадают в заданный момент письма или нет. К тому же нельзя угадать, в каком из автоответчиков какое письмо «пропадет» и когда. Закономерностей я здесь никаких не обнаружил.

2. «Унылый», с моей точки зрения, код HTML-форм, генерируемых SendFree. Verdana, черный текст на сером фоне. Конечно, в HTML-редакторе все это можно исправить (аккуратные косметические манипуляции на работоспособность HTML-форм, как известно не влияют, если не трогать функциональных звеньев кода), но опять-таки, лишняя и ненужная работа...

Оплата услуг SendFree производится посредством пластиковой карты VISA, Mastercard или American Express, а также электронным чеком американских банков.

SmartResponder

SmartResponder

<http://smartresponder.ru>

maxbiz@smartresponder.ru

г.Инта, Республика Коми, ул.

Куратова 42-39.

Тел. +7 (82145) 30122, +38

(048) 7352558



Детище Максима Хигера – на сегодняшний день единственный профессиональный сервис автореспондеров на российском INTERNET-рынке.

Анализировать SmartResponder на сто процентов объективно не получается по той простой причине, что это единственный наш, родной, российский сервис. И несмотря на некоторые присущие ему недостатки, даже рассматриваемый в контексте зарубежных служб он смотрится весьма неплохо.

Набор возможностей, предоставляемый SmartResponder, также как и во многих других рассмотренных выше случаях, является достаточно стандартным. Предусмотрены текстовые и HTML-версии писем (к последним можно прикреплять графические файлы, которые вставляются в дизайн Вашего письма), рассылка по расписанию, настраивается количество дней, через которые подписчик будет получать заряженные серии писем. Есть расписание отправки писем в будущем по всем адресам, имеющимся в базе данных, а также только подписчикам определенной рассылки (рассылок). Предусмотрены механизмы генерации настраиваемых HTML-форм и тестовых e-mail-ссылок (причем в формате, защищенном от заимствования Ваших ссылок со страниц Ваших ресурсов почтовыми роботами, собирающими базы данных адресов для последующего спама по ним).

Главное преимущество SmartResponder, выделяющее его из подобных служб заключается, бесспорно, в автоматическом определении кодировки, в которой пользователь получает Ваши письма. Письма, приходящие на почтовые ящики, перекодируются «на лету» в зависимости от того, какой кодировкой пользуется реципиент. Таким образом, пользуясь услугами SmartResponder, Вы можете быть уверены, что адресат получит Ваши послания именно в таком виде, как их задумывали Вы, без всяких кракозяб и иероглифов. В свете

рассмотренных выше «особенностей» зарубежных сервисов, SmartResponder, бесспорно, выигрывает в глазах российских предпринимателей первый приз на все сто процентов.

Кроме того, SmartResponder самостоятельно определяет, какой формат письма больше всего подходит тому или иному подписчику – текст или HTML. Перечислять предоставляемые и оригинальные возможности системы можно достаточно долго, более подробно Вы можете с ними ознакомиться на сайте сервиса.

Теперь несколько слов по поводу работы почтовых автоответчиков, предоставляемых сервисом SmartResponder.

Вам наверняка приходилось читать и слышать нелестные отзывы о том, что SmartResponder обладает достаточно низким откликом на Вашу подписку (то есть между Вашим запросом и подтверждением подписки проходит значительное время), доставляет письма несвоевременно или не доставляет их вообще. Позволю себе прокомментировать данные суждения.

Прежде всего, подобные высказывания во многом устарели. Плохой отклик был характерен для SmartResponder несколько месяцев назад, когда сервис только начинал развиваться. Нужно отдать должное Максиму Хигеру, который уделяет самое пристальное внимание обнаруживаемым ошибкам в работе службы и достаточно оперативно их устраняет. Нельзя не заметить, что ошибки бывают в работе любого технического проекта на начальных стадиях его развития. То же самое касается и несвоевременной доставки писем. Может быть, летом она и имела место, но в настоящее время при тестировании и использовании SmartResponder в собственной предпринимательской деятельности, подобных «глюков» и «сюрпризов» я не замечал.

Во-вторых, то обстоятельство, что письма со SmartResponder не доходят на определенные почтовые ящики, вызвано не проблемами в работе службы, а в политике отношения сервисов бесплатных почтовых ящиков к SmartResponder. Ни для кого не секрет, что администрация этих сервисов пытается диктовать Хигеру свои условия «сотрудничества» (которые не принял бы ни один разумный предприниматель), угрожая ему «блокадой» и «бойкотом», проща говоря, постановкой его адресов в свои стоп-листы. Когда же SmartResponder начинает отстаивать свои права и место под солнцем, они реагируют соответствующим образом, если их что-то не устраивает. В частности, летом этого года имел место не очень приятный инцидент со службой Rambler, из-за чего SmartResponder был вынужден прекратить прием подписки с почтовых адресов указанной службы. В конечном итоге конфликтная ситуация разрешилась, но не исключено повторение подобных инцидентов в будущем.

Так что хочу еще раз подчеркнуть: в том, что на первый взгляд выглядит как некачественная работа SmartResponder в большинстве своем таковой не является. Служба SmartResponder – очень нужный, необходимый и на сегодняшний день единственный в RuNET'e инструмент e-mail-маркетинга, в существовании и развитии которого заинтересованы поголовно все российские предприниматели. Так что призываю всех читателей моего доклада: при первой же возможности всячески поддерживайте Хигера, не давайте администрациям бесплатных почтовых ящиков, ведомых жаждой собственной наживы, диктовать свои условия SmartResponder, всячески душить и принижать его. SmartResponder нужен нам всем и в наших же интересах, чтобы он существовал, хорошо работал и успешно развивался!

Основным недостатком данного сервиса я считаю ограниченность его возможностей. В частности, лимитированное количество автоответчиков, включенных в профессиональную версию пакета услуг, а также ограниченное число писем в каждом автореспондере и возможность прикреплять к письму не более 5 графических файлов общим объемом до 100 Kb. Подобные ограничения вполне объяснимы молодостью службы, и я больше чем уверен, что в недалеком будущем данные ограничения будут сняты. Отразиться это на цене услуг или нет, сейчас сказать трудно. Скорее всего, с моей точки зрения, Хигером будут введены различные тарифные планы, среди которых каждый бизнесмен сможет выбрать именно тот набор возможностей, который ему нужен, причем по желаемой цене. Как мне представляется, данное решение было бы самым разумным в подобной ситуации.

Но в любом случае преимущества SmartResponder перекрывают все его недостатки. Лично я являюсь пользователем данного сервиса и вполне удовлетворен его работой. Так что рекомендую воспользоваться услугами Хигера для внедрения в собственную маркетинговую деятельность этого потрясающего инструмента и многократного увеличения количества Ваших продаж.

Нельзя не упомянуть, что цены, по которым предоставляются услуги рассмотренного сервиса, в среднем вдвое ниже, чем у зарубежных служб. Таким образом, принимая во внимание дешевизну услуг, достаточно обширный пакет возможностей и гарантированное отсутствие проблем с кодировками, не остается ничего другого, как только проголосовать за службу Хигера и воспользоваться ее услугами.

Оплатить профессиональную версию SmartResponder можно при помощи следующих систем электронных и банковских расчетов:

- WebMoney Transfer;
- E-Gold;
- Яндекс-деньги;

- банковский перевод по России;
- перевод по Украине Private-Money;
- международный перевод MoneyGram;
- международный перевод Western Union.

Подобное многообразие вариантов оплаты можно смело считать еще одним преимуществом данного сервиса.

Сравнительная характеристика различных сервисов автореспондеров

Показатель	Ace Response	Get Response	Info Generator	ListMail	Max Sponder	Pro Auto Responder	Royal Responder	SendFree	Smart Responder
Абонентская плата (\$ / мес)	14.95	17.95	24.95	100 единовр	497 единов	17.95	15.95	19.97	9.95
Аффилиат-программа	+	+	+	Дилер- ская сеть	—	+	+	—	+
Комиссионные аффилиатам	Не выясн.	Не выясн.	Не выясн	—	—	45 %	Не выясн.	—	20 %
Телефонная линия техподдержки	+	+	—	—	+	—	+	—	—
E-mail – линия техподдержки	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Количество автореспондеров	Без огранич	Без огранич.	Без огранич.	Без огранич	Без огранич	Без огранич.	Без огранич	Без огранич.	50
Количество писем в каждом автореспондере	Без огранич	Без огранич.	Без огранич.	Без огранич	Без огранич	Без огранич.	Без огранич	Без огранич.	15
Выбор домена отправки писем	+	+	+	—	—	—	+	—	—
Отслеживание прочитанности писем	—	+	—	—	—	+	—	—	—

Показатель	Ace Response	Get Response	Info Generator	ListMail	Max Sponder	Pro Auto Responder	Royal Responder	SendFree	Smart Responder
Настраиваемая HTML-форма	+	+	+	+	+	+	+	—	+
Генерация кода всплывающего окна	—	+	—	—	—	—	—	—	—
Возможность подписки через e-mail-ссылку	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Импорт данных о подписчиках	+	+	За плату	+	+	+	+	+	+
Экспорт данных о подписчиках	+	+	+	+	+	+	+		+
Изменение профиля подписчика	+	+	+	+	+	+	+	—	+
Поиск подписчика	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Добавление подписчика вручную	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Обязательность подтверждения от подписчика после его добавления	—	—	—	+	—	—	—	—	+

Заключение

Подводя итоги сказанному, остается отметить, что ситуация со службами автореспондеров в настоящее время в российском секторе Всемирной Паутины остается малоутешительной. И не только потому, что на нашем рынке профессиональные службы почтовых автоответчиков практически отсутствуют, но и из-за того, что специфика RuNET'a вызывает ряд проблем в применении автореспондеров, порой не зависящих от сервисов и не характерных для большинства других стран.

С этой точки зрения остается только надеяться на то, что наши сервисы бесплатной электронной почты найдут в недалеком будущем средства и методы более разумной борьбы со спамом, чем простая блокировка большого количества входящих писем в одного и того же адреса. Естественно, со спамом бороться нужно, но делать это, с моей точки зрения следует так, чтобы не лишать предпринимателей возможности использования в своей деятельности технологий e-mail-маркетинга, благодаря которому каждый из нас может достичь небывалых результатов в деятельности по развитию собственного онлайн-бизнеса.

Самым главным бичом RuNET'a, бесспорно, остается отсутствие рынка служб автореспондеров. С этой точки зрения, еще раз остается сказать большое спасибо Максиму Хигеру, организовавшему первую и пока единственную в RuNET'e профессиональную службу почтовых автоответчиков.

Как показало мое исследование, каждый из сервисов почтовых автоответчиков на Западе пытается завоевать рынок путем предложения помимо стандартного пакета услуг какой-либо уникальной возможности. Таким образом, владельцы данных служб, с моей точки зрения, пытаются сузить фокус своей специализации и, сформировав собственную уникальную нишу на весьма обширном рынке данного рода услуг, занять в ней лидирующую позицию. Остается только надеяться, что на российском электронном рынке в недалеком будущем сложится подобная картина.

Тем, кто решил воспользоваться услугами зарубежных служб, я хочу сделать одно важное предостережение. Большинство предпринимателей, обкатывая свои e-mail-кампании на бесплатных демо-версиях и обнаруживая ошибки в работе службы (просрочка доставки писем, их «исчезновение», проблемы с кодировками и т.п.), не обращают на них внимания, надеясь на то, что эти ошибки будут отсутствовать в профессиональной версии пакета услуг. На самом деле это не так и в профессиональной версии присутствуют те же самые ошибки, я убедился в этом на собственном опыте. В некоторых случаях их бывает даже гораздо больше. Поэтому не попадайтесь на

эту удочку! Не слушайте увещевания владельцев сервисов о том, что платная версия исключает все те ошибки, которые присутствуют в бесплатной. В большинстве случаев это неправда по той простой причине, что и платные, и бесплатные версии работают на одном и том же движке. Если есть ошибки в работе движка, значит они будут, вне зависимости от того, какой пакет услуг Вы используете – платный или демонстрационный.

В результате проведенных исследований и экспериментов с двенадцатью службами, я сделал достаточно простой и однозначный вывод. Наряду с тем, что автореспондеры предоставляют в Ваше распоряжение огромный маркетинговый потенциал и позволяют автоматизировать внушительную часть Вашей работы, ни одна (!) служба почтовых автоответчиков никогда не сможет обеспечить Вам стопроцентную работоспособность Ваших автореспондеров. Проблемы с ними периодически возникают, другое дело, что одна служба преподносит Вам меньше сюрпризов, чем другая. Самое печальное заключается в том, что в этих проблемах далеко не всегда виноват сервис, услугами которого Вы пользуетесь.

Одним из решений такой дилеммы является установка на своем сайте полноценного программного пакета, благодаря которому Вы сможете занять собственные почтовые автоответчики. Но и в этом решении есть свои минусы: с одной стороны, Вы обретаете независимость от всех проблем служб почтовых автоответчиков, но, с другой стороны, попадаете в прямую зависимость от Вашего провайдера хостинга. Если с Вашим сайтом, не дай Бог, что-нибудь случится, база данных Ваших подписчиков прикажет Вам долго жить.

Так что, какой сделать выбор – решает каждый предприниматель самостоятельно, исходя из специфики своего бизнеса, имеющейся ситуации, а также своих личных и финансовых возможностей.

Но в любом случае, нельзя не заметить, что e-mail-маркетинг на основе почтовых автоответчиков – настолько мощная и эффективная деятельность, что ради достижения успеха на данном поприще стоит попотеть и поломать голову в поисках удовлетворяющих всем Вашим запросам решений. И большинство предпринимателей, которые добиваются успеха, такие решения находят. Кто-то устанавливает на своем сайте собственные автореспондеры, кто-то пользуется услугами зарубежных, кто-то становится клиентом Максима Хигера. Еще раз повторяю, все зависит от нужд Вашего бизнеса, Ваших возможностей и поставленных целей.

Заканчивая настоящий специальный доклад, хочу обратиться с небольшой просьбой к читателю. Уважаемый предприниматель, если Вас это не затруднит, отправьте по адресу opinions@berestneff.com письмо с отзывом о настоящем специальном докладе. Хочу также попросить, чтобы отзыв был по возможности развернутым и не укладывался в две коротенькие строчки типа «мне понравилось,

большое спасибо!» Опишите, что Вам понравилось, что нет, каким образом можно было бы улучшить настоящий доклад и сделать его более ценным для моих читателей.

Успехов Вам во всех начинаниях и процветания Вашему бизнесу!

Искренне Ваш,
Павел Берестнев.

Об авторе



Павел Берестнев – основатель, Директор и продюсер [Виртуального Колледжа электронной коммерции](http://www.berestneff.com) (<http://www.berestneff.com>) — коммерческого образовательного INTERNET-ресурса, посвященного анализу, обобщению и внедрению передового опыта зарубежных специалистов в российский онлайн-бизнес, а также разработке наиболее перспективных направлений отечественного INTERNET-маркетинга.

Павел Берестнев родился 09 августа 1979 года в г. Борисоглебске Воронежской области, затем вместе со своей семьей переехал в г. Коломну Московской области, где проживает и работает по настоящий день. В 2001 году закончил юридический факультет Коломенского государственного педагогического института и получил диплом с отличием с квалификацией «юрист».

С детства отличался повышенным интересом к английскому языку, который в 2000 году был логически совмещен с увлечением теорией и практикой электронного бизнеса на Западе, главным образом в США. За три года напряженной работы по отделению зерен от плевел в данном вопросе накопил колоссальный теоретический и практический материал, который решил в 2003 году сделать достоянием широкой российской общественности. Так появился Виртуальный Колледж электронной коммерции.

В настоящее время активно работает по развитию Колледжа, ведет активную переписку с ведущими американскими специалистами в области малого электронного бизнеса. Автор большого количества статей и других публикаций по вопросам электронной коммерции, ведущий бесплатной рассылки «E-commerce-статья недели», автор и ведущий нескольких онлайн-тренингов.