

© Шульгина П. Д., 2025

Иркутский государственный университет, г. Иркутск

SendPulse представляет собой платформу многоканальной коммуникации, предназначенную для повышения эффективности маркетинговых кампаний предприятий малого и среднего бизнеса. В свою очередь многоканальный маркетинг становится неотъемлемой частью современной стратегии продвижения товаров и услуг. SendPulse — это платформа, объединяющая несколько каналов коммуникации с клиентами, такие как: email, SMS, web-push уведомления и различные чат-боты. В данной статье будут рассматриваться основные функции платформы SendPulse, её преимущества и недостатки. Также будут приводиться действенные кейсы, которые можно использовать для внедрения инструментов в стратегии многоканального продвижения компаний. Рассмотрев данные вариации о внедрении инструментов, можно будет проанализировать его действенность. Исследование направлено на выявление ключевых факторов успеха в многоканальном маркетинге и определение возможностей для дальнейшего развития данного направления.

Ключевые слова: SendPulse, многоканальный маркетинг, маркетинг, привлечение клиентов, реклама для кампаний, таргетинг

Маркетинговая стратегия предприятия в современном мире должна учитывать всестороннее разнообразие способов общения с аудиторией, начиная традиционными рассылками, заканчивая новейшими технологиями автоматизации коммуникаций. С данной задачей отлично справится платформа SendPulse, которая представляет собой мощный инструмент многоканального маркетинга, позволяющая эффективно взаимодействовать с аудиторией посредством различных каналов коммуникации.

Благодаря своей гибкости и широкому набору функций платформа активно пользуется спросом компаниями различного масштаба для построения персонализированных маркетинговых кампаний, автоматизации процессов взаимодействия с клиентурой и повышения уровня вовлеченности аудитории.

Цель данной статьи заключается в проведении обзора возможностей SendPulse, рассмотрении ключевых особенностей платформы и демонстрация действенных кейсов внедрения её инструментов в стратегии многоканального продвижения брендов.

Методы исследования:

- анализ научной и специализированной литературы по вопросам многоканального маркетинга;
- изучение справочных материалов SendPulse;
- рассмотрение действующих кейсов с использованием SendPulse.

В современной цифровой среде многоканальный маркетинг приобрел популярность среди маркетологов, стремящихся привлечь новых клиентов. Для маркетологов приложений и разработчиков, стремящихся расширить свою аудиторию, реализация многоканальной маркетинговой стратегии является важным шагом.

Многоканальный маркетинг — это стратегия, которая использует различные промоушен и распространение для привлечения клиентов. Путем использования нескольких каналов компании повышают вероятность конверсии, поскольку клиентам предоставляется возможность выбора предпочтительного канала для взаимодействия и конверсии.

Некоторые распространенные каналы, используемые в многоканальном маркетинге, включают:

- E-mail;
- Веб-сайт;
- мобильная реклама (например, мобильный маркетинг);
- фирменные магазины;
- прямая почта;
- социальные медиа4
- оптимизация поисковых систем;
- инфлюэнсер-маркетинг;
- connected TV (CTV).

Многоканальный маркетинг — это больше, чем просто модное слово. Это представляет собой

значительный сдвиг в том, как бренды должны взаимодействовать с потенциальными клиентами.

90 % потребителей могут начинать задачу на одном устройстве, а завершают ее на другом. Когда путь клиента может начаться и закончиться в любое время, на любом канале или мобильном устройстве, бренды должны обеспечить единообразный опыт для всех них.

Это именно то, что делает цифровой маркетинг таким сложным на сегодняшний день — и поэтому так много компаний применяют многоканальные маркетинговые стратегии для привлечения, преобразования и удержания клиентов.

Современные технологии позволяют не только эффективно наладить контакт с клиентами, но и настроить удобные для них способы уведомления и напоминания о вашем продукте.

Для того чтобы работать с многоканальным маркетингом, нужно в первую очередь понимать некоторые аспекты:

Разобраться с чем работаете, изучить всю структуру многоканального маркетинга.

Нужно понимать какого именно вы ожидаете эффекта от внедрения данного вида маркетинга.

Изучить портрет своих потребителей, с целью понимания чего именно они желают и что точно сможет зацепить их внимание.

Создать действительно интересный контент, который точно сможет заинтересовать потребителей.

Экспериментировать со смешиванием различных форматов контента.

Со временем внедрять новые платформы для вашего контента.

SendPulse — это сервис смс рассылок, по электронной почте и многим другим каналам. Он предлагает широкий функционал возможностей по работе с различными источниками, варианты визуальной настройки, собственные сервера для пересылки сообщений. Эти сервера отличаются надежностью, поэтому попадание писем в спам сводятся к минимуму.

Рассмотрим функционал SendPulse. Начнем с того, что отличается он от конкурентов тем, что внимательно следит за популярными каналами сбора лидов и обменом сообщениями. Включен целый подбор удобных сервисов, которые позволяют охватить все базовые каналы продвижения, контактируя с потенциальным или уже однажды совершавшим покупку клиентом наиболее удобным ему способом. Для того же чтобы более подробно все это изучить, углубимся в непосредственные инструменты:

Email рассылки

Рассылки по электронной почте — основа услуг, предлагаемых ресурсом, SendPulse позиционирует себя, в первую очередь, как сервис рассылки. Удобный конструктор писем. Собирается красивое письмо с помощью встроенного конструктора. Вы можете использовать различные элементы: Текст, Картинки, Видео, Кнопка и др.

Авторассылки и Менеджер событий (Automation 360). Создавайте цепочки писем, используйте переменные или события, например когда посетитель не оплатил товар в корзине или не открыл письмо;

Статистика и рейтинг подписчика. Вы можете смотреть статистику как по рассылке в целом, так и по кликам по каждому подписчику;

Персональное обращение. Используйте переменные с данными клиента, чтобы в письме обращаться к нему лично;

Сегментация. Отправляйте письма только тем, кто заинтересован в рассылке.

Web Push уведомления

SendPulse не ограничивается одной лишь электронной почтой. Разработчики понимают, что в современном мире люди предпочитают получать сообщения гораздо быстрее, чем заглядывая в свой email ящик. Для этой цели был создан сегмент такой как Web Push уведомления.

Сервис массовых рассылок просит разрешения у посетителя сайта присылать ему «push»-сообщения. Они представляют собой всплывающие окна в браузере. Некоторые посетители будут неизбежно блокировать, но другие уже оценили доступность информации, которую предлагают технологии push-связи. И, если человек дает такое разрешение, — это однозначно очень «горячий» клиент, которого нельзя упускать.

Push-сообщения рассказывают обо всех новостях — акциях, специальных предложениях, снижении цен. Они помогают отслеживать статус заказа.

Сообщения легко сегментировать в соответствии с интересами клиента, особенно если предлагается большой выбор товаров и услуг. Посетителю можно показывать только то, что его интересует — он это определяет самостоятельно, и такие обновления в браузере не раздражают, не воспринимаются навязчивой рекламой.

Информация отображается на любом устройстве, как на компьютере, так и мобильных устройствах.

Чат-боты

Чат-бот — программа, которая общается с пользователем с помощью текста или голоса и имитирует разговор с реальным человеком. Чат-боты отвечают на вопросы клиентов, помогают выбрать товар и записывают на приём. Также они упрощают операционные процессы и помогают с решением однотипных задач. Они работают круглосуточно и справляются с сотнями клиентских запросов одновременно. Для бизнеса это особенно актуально в пиковые нагрузки.

Чат-боты находятся в рабочем состоянии и пригодны к использованию в определённой целевой группе круглосуточно, семь дней в неделю, 365 дней в году.

Компании имеют возможность узнать реальные предпочтения своих клиентов и, в результате, предоставить им лучшие предложения в ответ на спрос. Установив наиболее часто запрашиваемые в

поисковике слова, можно определить, чего хотят большинство потребителей.

Чат-боты способны записывать данные, тенденции и критерии для последующего мониторинга взаимодействия с клиентами и оптимизации обработки запросов и реагирования.

Чат-боты могут быть созданы на самых разных платформах, легко адаптируются и интегрируются в любой бизнес, поскольку пригодны и для специфических настроек.

Эффективность чат-ботов обеспечивается их простотой взаимодействия с сотрудниками, клиентами или другими пользователями.

Как и любой другой платформы у SendPulse имеются как преимущества, так и недостатки. Представим основные аспекты:

- преимущества многоканального маркетинга;
- большой охват.

Многоканальный маркетинг является отличной стратегией, когда речь идет о привлечении большой аудитории для вашего мобильного приложения. Рассмотрим Uber в качестве примера; они обслуживают разнообразную аудиторию, включая пожилых людей, которым в свою очередь может потребоваться транспортировка на медицинские приемы, или, например молодые люди поколения Z, возвращающиеся домой с вечеринки. Uber эффективно использует телевизионную рекламу для привлечения старшей аудитории и рекламу TikTok для привлечения молодой аудитории.

Путем продвижения вашего приложения через несколько каналов вы увеличиваете его видимость и вовлеченность, тем самым повышая шансы на конверсию.

Укрепляет осведомленность о бренде и доверие клиентов

Постоянное показывание потребителям согласованного сообщения по разным каналам помогает создать устойчивое осведомление о бренде. Каждая дополнительная точка контакта дополнительно укрепляет доверие клиентов к вашему бренду.

Проблемы многоканального маркетинга — требует больше ресурсов.

Как и ожидалось, включение нескольких каналов в маркетинговую стратегию требует дополнительных ресурсов в виде времени, денег и усилий для определения наилучшего подхода для каждого канала.

Определение атрибуции может быть затруднительным.

Со множеством сообщений по разным каналам определение действий пользователя, по конкретному сообщению, может быть сложной задачей. Точное определение атрибуции требует использования соответствующих инструментов измерения.

Таргетинг требует точности

Многоканальный маркетинг — это не стратегия универсального решения, она требует точного таргетинга. Создавайте сообщения, нацеленные на каждую целевую аудиторию, учитывая такие факторы, как демографические данные пользователей, историю покупок и поведение в приложении.

Действенные кейсы применения SendPulse

Кейс №1:

Одним из самых популярных вариантов распространения рекламы является активное применение хештегов в телевизионной рекламе. К примеру, в ряде тв-передач есть возможность просмотра на небольшом устройстве — планшете или телефоне с возможностью обсуждения. Такой подход позволяет активизировать обсуждение сути передачи в одной или одновременно в нескольких социальных сетях. Подобный метод завлечения зрителей посредством Фейсбука и Твиттера стал очень востребован. Появилась даже целая методичка по хештегам. Также подобный метод используется рекламодателями.

Кейс №2:

Также популярным способом является рассылка по почте с применением URL. В сети можно найти множество каталогов, позволяющих заказать товар по почте, которые будут одновременно приглашать клиента посетить сайт в интернете с условием различных скидок на товары. Все, что для это требуется — ввести так называемое почтовое предложение (некий специальный код). Благодаря такому ходу действий получается эффективное сочетание почтового и интернет-предложения.

Кейс №3:

Менее известным, но в то же время эффективным является применение AdWords для рекламы PPC. Использование расширения «кликните, чтобы дозвониться» (Click-to-Call) позволяет «привязать» к объявлению о рекламе телефонный номер, что в дальнейшем дает возможность эффективно связать разные направления.

Анализ действенности кейсов

Изучив приведенные выше кейсы, можно отметить, что SendPulse действительно является эффективной платформой для работы по привлечению клиентов. Используя их, вы большей вероятностью добьетесь поставленной вами цели.

Итак, SendPulse является очень мощным инструментом для реализации многоканального маркетинга, предлагая интеграцию нескольких каналов коммуникации в одном интерфейсе. Платформа обладает достаточно широким набором функций для автоматизации маркетинговых процессов, анализа эффективности кампаний и повышения лояльности клиентов. Применение комплексного подхода к маркетинговым мероприятиям с помощью SendPulse помогает повысить вовлеченность клиентуры, повысить коэффициент конверсии и увеличить прибыль. Несмотря на некоторые ограничения отдельных

каналов коммуникации, объединение всех инструментов. Все это помогает создать эффективный механизм взаимодействия с целевой аудиторией компании.

Рассмотренные кейсы демонстрируют высокую эффективность SendPulse для работы по привлечению клиентов. Используя их, вы большей вероятностью добьетесь поставленной вами цели. Самое главное не забывать, что для любого успешного применения требуется тщательное планирование и настройки. ■

1. Руководство для начинающих по многоканальному маркетингу [электронный ресурс] – Режим доступа: <https://foxdata.com/ru/blogs/multichannel-marketing-what-mobile-marketers-beginners-need-to-know/> (Дата обращения 10.04.25)

2. Основы работы SendPulse [электронный ресурс] – Режим доступа: <https://sendpulse.com/ru/knowledge-base/email-service/sendpulse-basics> (Дата обращения 08.04.25)

3. Многоканальный маркетинг [электронный ресурс] – Режим доступа: <https://utmagazine.ru/posts/12198-mnogokanalnyu-marketing?ysclid=m9pqib3q1y776908292> (Дата обращения 17.04.25)

4. Многоканальный маркетинг против многоканального маркетинга – ASO World [электронный ресурс] – режим доступа: <https://asoworld.com/ru/asoglossary/multichannel-vs--omnichannel-marketing/> (Дата обращения 17.04.25)

5. План многоканального маркетинга контент-маркетинга: разработка и реализация - Статьи [электронный ресурс] – Режим доступа: <https://searchengines.guru/ru/articles/2050416> (Дата обращения 17.04.25)

6. Обзор SendPulse – сервис для омниканального маркетинга [электронный ресурс] – Режим доступа: <https://ichigarev.ru/service-reviews/sendpulse.html> (Дата обращения 18.04.25)

7. Чат-боты: что это такое простыми словами, для чего нужны, примеры использования, плюсы и минусы чат-ботов [электронный ресурс] – Режим доступа: <https://botfarm.online/blog/2024/12/3/chat-boty-cto-eto-takoe-i-zachem-nuzhny/> (Дата обращения 18.04.25)

8. 7 преимуществ использования чат-ботов для достижения бизнес-целей [электронный ресурс] – Режим доступа: <https://spark.ru/startup/templaterobot/blog/38187/7-preimuschestv-ispolzovaniya-chat-botov-dlya-dostizheniya-biznes-tselej?ysclid=m9rauh9486426530689> (Дата обращения 18.04.25)

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

7 преимуществ использования чат-ботов для достижения бизнес-целей [электронный ресурс] – Режим доступа: <https://spark.ru/startup/templaterobot/blog/38187/7-preimuschestv-ispolzovaniya-chat-botov-dlya-dostizheniya-biznes-tselej?ysclid=m9rauh9486426530689> (Дата обращения 18.04.25)

Многоканальный маркетинг [электронный ресурс] – Режим доступа:

<https://utmagazine.ru/posts/12198-mnogokanalnyu-marketing?ysclid=m9pqib3q1y776908292> (Дата обращения 17.04.25)

Многоканальный маркетинг против многоканального маркетинга – ASO World [электронный ресурс] – режим доступа: <https://asoworld.com/ru/asoglossary/multichannel-vs--omnichannel-marketing/> (Дата обращения 17.04.25)

Обзор SendPulse – сервис для омниканального маркетинга [электронный ресурс] – Режим доступа: <https://ichigarev.ru/service-reviews/sendpulse.html> (Дата обращения 18.04.25)

Основы работы SendPulse [электронный ресурс] – Режим доступа: <https://sendpulse.com/ru/knowledge-base/email-service/sendpulse-basics> (Дата обращения 08.04.25)

План многоканального маркетинга контент-маркетинга: разработка и реализация - Статьи [электронный ресурс] – Режим доступа: <https://searchengines.guru/ru/articles/2050416> (Дата обращения 17.04.25)

Руководство для начинающих по многоканальному маркетингу [электронный ресурс] – Режим доступа: <https://foxdata.com/ru/blogs/multichannel-marketing-what-mobile-marketers-beginners-need-to-know/> (Дата обращения 10.04.25)

Чат-боты: что это такое простыми словами, для чего нужны, примеры использования, плюсы и минусы чат-ботов [электронный ресурс] – Режим доступа: <https://botfarm.online/blog/2024/12/3/chat-boty-cto-eto-takoe-i-zachem-nuzhny/> (Дата обращения 18.04.25)

Sendpulse as a multi-channel marketing tool: overview of functionality and application cases

© Shulgina P., 2025

SendPulse is a multi-channel communication platform designed to improve the effectiveness of marketing campaigns of small and medium-sized businesses. In turn, multi-channel marketing is becoming an integral part of the modern strategy for promoting goods and services. SendPulse is a platform that combines several channels of communication with customers, such as email, SMS, web-push notifications and various chatbots. This article will discuss the main functions of the SendPulse platform, its advantages and disadvantages. There will also be practical cases that can be used to implement tools in multi-channel campaign promotion strategies. Having considered these variations on the implementation of tools, it will be possible to analyze its effectiveness. The research is aimed at identifying key success factors in multi-channel marketing and identifying opportunities for further development of this area.

Keywords: SendPulse, multi-channel marketing, marketing, customer acquisition, advertising for campaigns, targeting