

# Invisible.ru

Непродающие тексты в рассылках -  
способ выпендриться или окупаемая методика ?



# Рассылка Invisible

- 33.5K получателей
- Еженедельно
- CTR: 8-13%
- Open rate: 65%-80%
- Выручка с email: 30-50р
- Выручка с клика 250-500р
- 45-60% выручки приходит из email



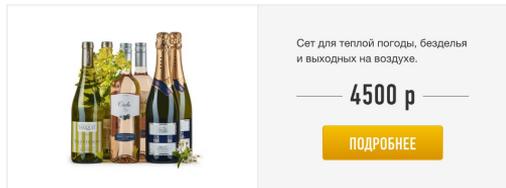
## Чиеловеческое, слишком чиеловеческое

vk 0 f 0 tw 0



Надо бы понуть про дожди в мае, но сколько можно. Сердце поет, по венам бежит розе, велосипед рвется из стойла. Осталось подстричь ~~под Кобэна~~ по моде, и июнь наш. Summer Set берем в подкрепление.

Малиновое Чиело (пино гриджо блаш) поможет и свидание не провалить, и по Ницше пройти. С свиным даже Безумный Макс обретет рай, а гульки с пломбиром тем более. Ну а каву оставить на завтрак — сил подарит больше, чем «овсянка, сэр».



Сет для теплой погоды, безделья и выходных на воздухе.

4500 p

ПОДРОБНЕЕ

P.S. Скоро начнем нуть про жару, не пропустите.

vk 0 f 0 tw 0

## Не проси у Санты антидепрессанты

vk 1 f 34 tw 0



За окнами скулит ветер, батарея зловеще холодна, вся постель в мятых бумажных платках. У кого обострился насморк, у кого — несчастная любовь. План А — завалиться набок и пересматривать «Ходячих мертвецов». План Б — усердно работать над планом А.

Мы тоже не пишем энергий. Как в школе — вместо того, чтобы ~~писать~~ центральную собирать сеты, целую неделю рисовали на последней странице. И в итоге нарисовали — тест «[Как пережить осень](#)».



Тогда же один из копирайтеров начал вести себя, как агрессивный подросток, а второй — ворчать, как 70-летний дед. Чтобы с вами такого никогда не случилось, мы выбрали топ-5 профилактических осенних сетов:

1. **Красная Испания** — хорошо питаться в тяжелых условиях крайне важно. Слушаем, как мясо шкворчит на сковородке, а в антрактах проверяем, не зажурчало ли наконец в трубах.
2. **Игрисное** — оно же главный антидепрессант. Лихо расскажем по лужам, наутро стильная хрипота обеспечена — самое время [подпевать Тому Уэйту](#).
3. **Сладкий** — элегантно снимаем стресс десертным из Гаскони, а не нутеллой или медовиком. Стиль надо хранить во всем.
4. **Red Explorer** — забываем ~~погреб~~ сервант красным, ибо ничто так не греет душу, как добротная заначка.
5. **Ящик шабли** — набираем ванну, льем бокал до краев и инстаграмим из пены «So much chablis. Very chic. Such Wow».

P.S. На подходе наше главное оружие — Теплый Клетчатый Сет — думайте об этом в минуты вынужденной активности.

## U touch my khokhloma

vk 1 f 0 tw 0

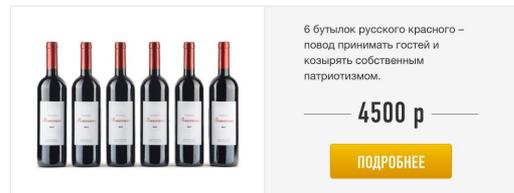


Добрались до русского вина. К вопросу отнеслись серьезно, провели две дегустации. Результат неплох: одно вино в деле, еще три на примете, их отложили на будущее.

Когда дегустировали, чуть не умерли от ностальгии: рислинг в хохломе дышал степями и польноью, в красноте показался наваристый борщ с куском тульского пряника. И только сибирьский выдал нотки запретного пекорино и до последнего прикидывался белым из Италии.

Победил парень из Мыскако, Раевское Ренессанс. Вроде ягодное и сговорчивое красное и стоит меньше 600 рублей, а куда приятней супермаркетных бордо за 1500. Также бы прописать в погреб и открывать по поводу и без, или схватить под мышку и напроситься в гости.

В общем, мы разомлели и поставили Раевские ящикам, 30 сетов для начала. Отравили рассылку первым 5% пользователей, и этих ящиков тут же не стало. Так что теперь заготовили порцию послидней — 100 ящиков.



6 бутылок русского красного — повод принимать гостей и козырять собственным патриотизмом.

4500 p

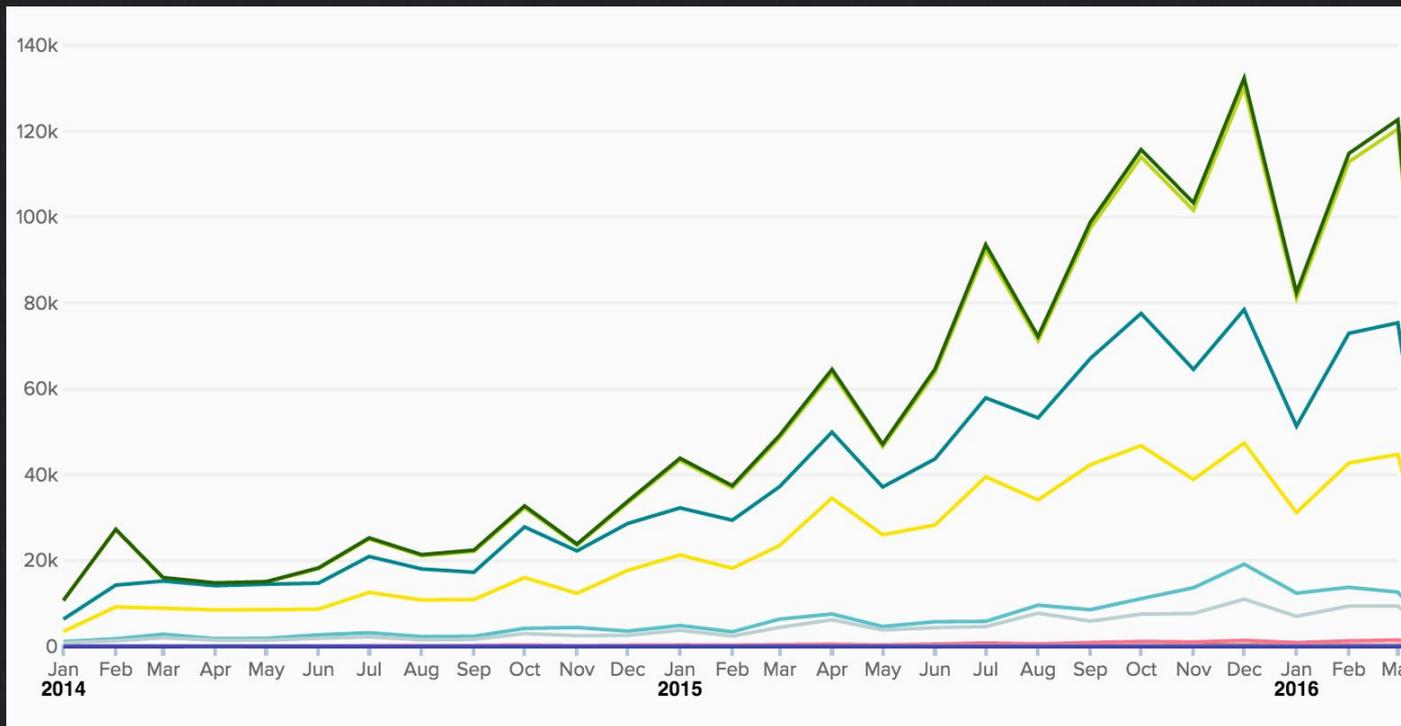
ПОДРОБНЕЕ

Заказывать их можно уже сейчас, доставку мы тоже согласуем оперативно, а привезти вино сможем не раньше среды.

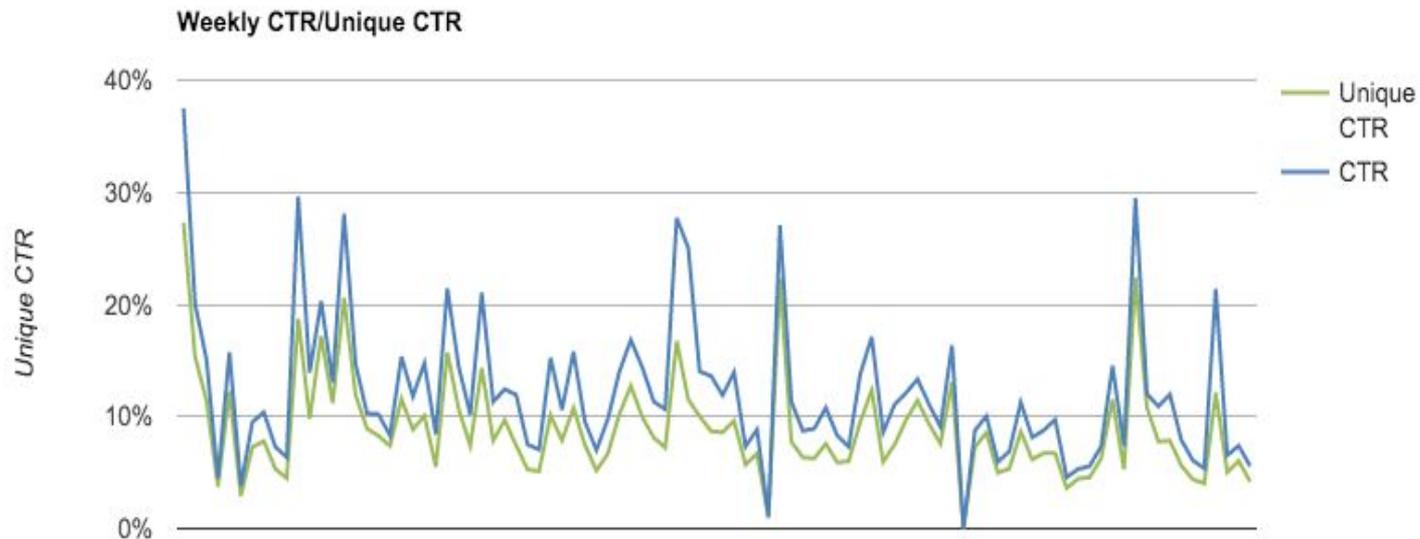
Пока ушли грезить виноградными лозами на берегах Дона. А вы обязательно делитесь впечатлениями от Раевского, нам любопытно.

vk 1 f 0 tw 0

# Еще про рост и метрики рассылки



# Еще про рост и метрики рассылки



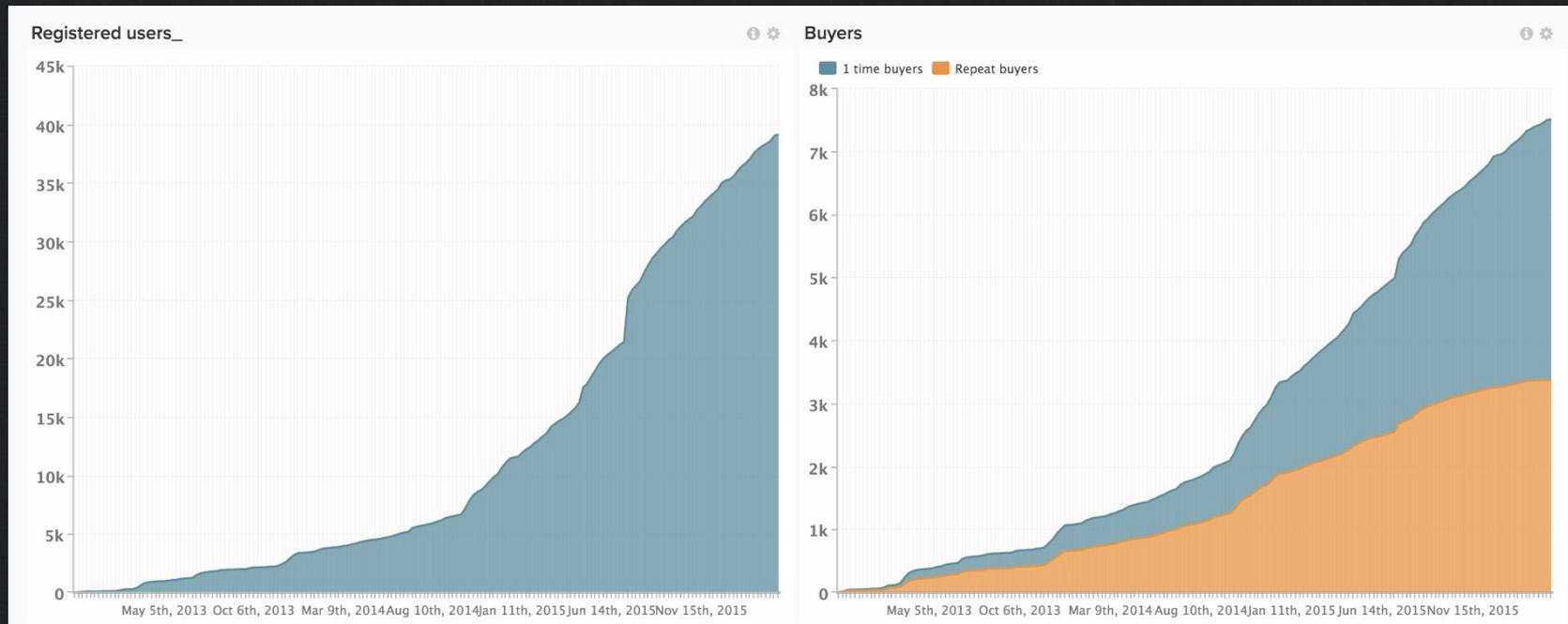
# Зачем все это ?

- Выручка ?
- Лояльность и LTV ?
- Бренд и прочее неизмеримое ?

# Инструменты

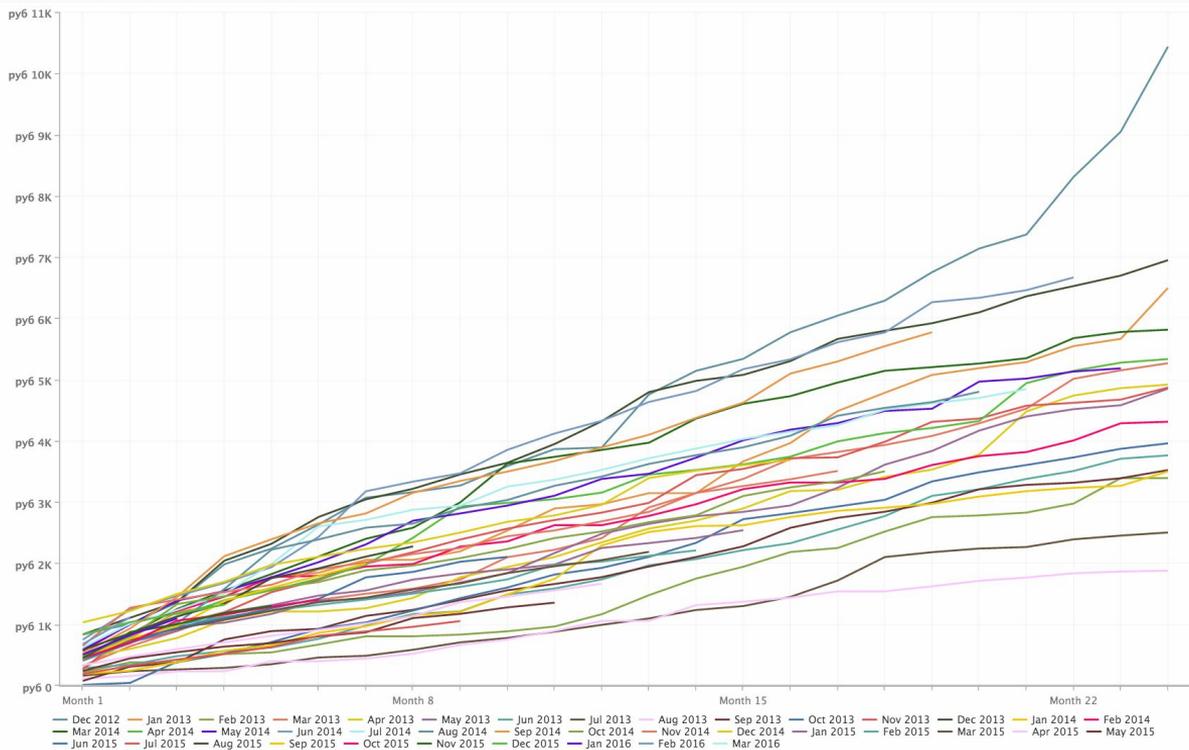
- RJMetrics
- Sendgrid
- Google Analytics
- Mixpanel
- Ручные отчеты в Excel

# Пользователи

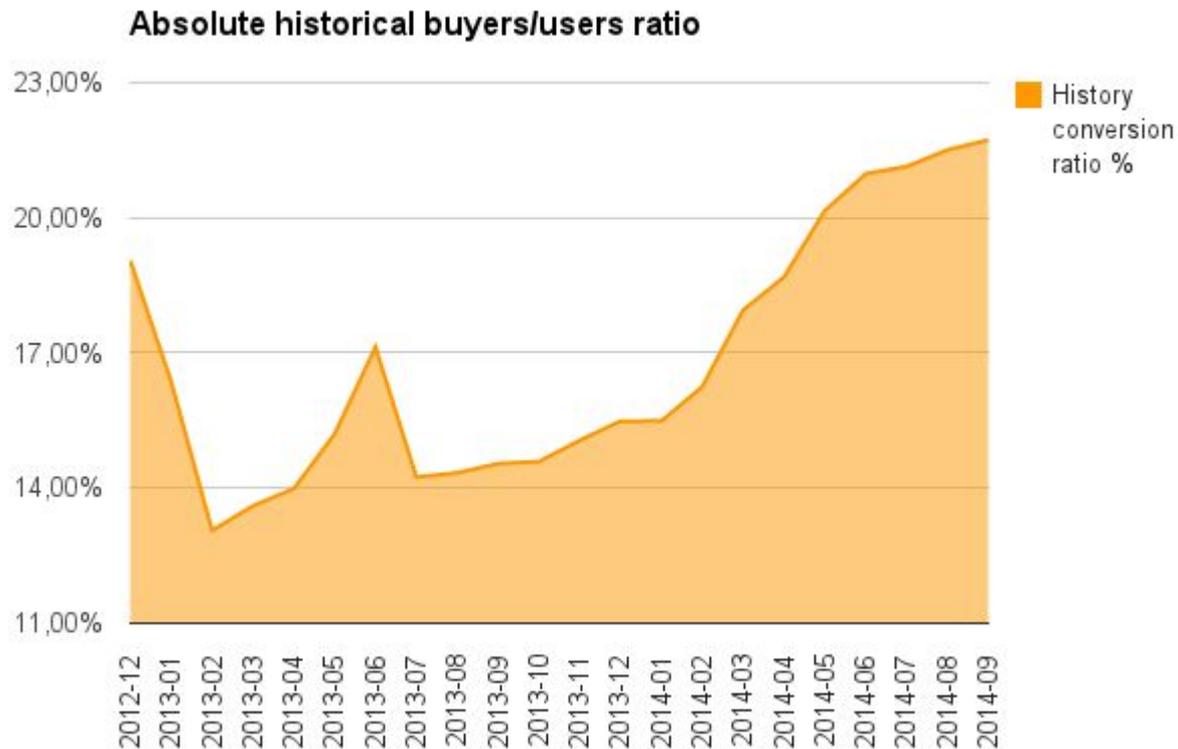


# Когорты и LTV

Avg. revenue per registered user (not buyer)



# Влияние рассылки на LTV



# Накопительная конверсия в когортах



# Как устроено ?

- Редакция
  - 1 главный редактор
  - 2 копирайтера
  - 2 иллюстратора
- 1 аналитик
- Еженедельные и ежемесячные отчеты и редакционный план на 2-3 месяца

# Summary

- Придется искать компромисс между LTV и быстрой прибылью
- Лучше работает для lifestyle брендов и сервисов
- Не имеет смысла без измерений
- Окупается на 10К+ получателей и 3М+ выручки в месяц