

11. fejezet

Tömeges küldés és sorozatok

Küldj egyszerre több tucat ügyfélnek — mindegyiknek személyre szabottan. Próbáld ki két változatot (A/B), és a rendszer megmutatja, melyik hozott több választ. A sorozatokkal pedig időzített levélláncot állítasz be, ami magától fut.

Szint: haladó · Becsült idő: 25 perc · Előfeltétel: 10. fejezet

EBBEN A FEJEZETBEN

- Célközönség kiválasztása
- Tömeges küldés lépései
- Személyre szabás nagyban
- A/B teszt: két változat
- Az eredmények kiértékelése
- Győztes-automatika (opcionális)
- Sorozatok (időzített láncok)
- Kézbesítési jótanácsok

11.1 Kinek küldünk? — a célközönség

A tömeges küldés első lépése annak eldöntése, kik kapják a levelet. Nem kell egyesével kipipálgatni: a kapcsolat-listán **szűrsz** (pl. „életciklus = érdeklődő”, „forrás = Facebook”, „város = Szeged”), és a szűrt halmaz lesz a címzettek köre. A PadlóProfinál például kiküldhetünk egy tavaszi akciót minden olyan érdeklődőnek, aki még nem rendelt.

A MI MÉRETÜNK: 20–200 CÍMZETT

A nHsCRM tömeges küldése kis- és középvállalkozásokra van szabva. Egy kivitelező tipikusan 20–200 kontaktnak küld — itt nem statisztikai gépezetre van szükség, hanem egy jól személyre szabott levélre és egy áttekinthető eredmény-nézetre. Pontosan ezt kapod.

11.2 A tömeges küldés lépései

- 1 A **Kapcsolatok** listán **szűrj** a célközönségre.
- 2 Jelöld ki a halmazt, és válaszd a **Tömeges e-mail** műveletet.
- 3 Válassz **e-mail sablont** (10. fejezet) — vagy írd meg sajátat.
- 4 Nézd át a személyre szabott előnézetet néhány címzettnél.
- 5 Indítsd el a küldést — a rendszer biztonságos tempóban, ütemezetten küld.

A helyettesítő mezők itt is működnek: mind a 80 levél a saját címzettje nevére, megszólítására, adataira szabottan megy ki — nem egy személytelen körlevél.

11.3 A/B teszt — melyik változat jobb?

Gyakran nem tudod előre, melyik tárgy vagy szöveg hoz több választ: „Tavaszi parketta-akció” vagy „20% kedvezmény áprilisban”? Ne találgass — **teszteld**. Az A/B teszt bekapcsolásakor a rendszer a címzetteket *felváltva* két csoportra osztja: a felük az **A**, a felük a **B** változatot kapja. Utána megméri, melyik teljesített jobban.

Tömeges küldés — A/B teszt

A/B teszt bekapcsolása☒

A változat

Tárgy:

Tavaszi parketta-akció

B változat

Tárgy:

20% kedvezmény áprilisban

80 címzett → 40 kapja az A-t, 40 a B-t (felváltva). Az eredmény az A/B tesztek oldalon jelenik meg.

11.1. ábra. A/B teszt beállítása a tömeges küldésben. A két változat itt csak a tárgyban tér el, de eltérhet a szövegben is. A rendszer 50/50-ben, felváltva osztja szét a címzetteket.

11.4 Az eredmények kiértékelése

Küldés után a [Marketing → A/B tesztek](#) oldalon látod, hogyan teljesített a két változat. A rendszer három mutatót követ, fontossági sorrendben: **válasz** (a legerősebb jel), **kattintás**, **megnyitás**.

Tavaszi akció — A/B eredmény

Változat	Küldve	Megnyitás	Kattintás	Válasz
A — „Tavaszi parketta-akció”	40	22 (55%)	6	3
B — „20% kedvezmény áprilisban” győztes	40	29 (73%)	11	7

11.2. ábra. Az A/B eredmény-oldal. A B változat egyértelműen jobb: több megnyitás, kattintás és — ami a legfontosabb — több válasz. A rendszer meg is jelöli a győztest.

MIKOR „MEGGYŐZŐ” A GYŐZTES?

A rendszer csak akkor jelöl meg győztest, ha van elég adat: legalább 30 küldés változatonként, és legalább 10 százalékpontnyi különbség. Kis mintán a véletlen is nagy eltérést hozhat — ez a küszöb megvéd attól, hogy a zajt eredménynek nézd.

11.5 Győztes-automatika (opcionális)

Nagyobb listáknál kényelmes lehet, ha a rendszer nem csak *jelzi* a győztest, hanem **tesz is** vele. A cégszintű [Győztes-automatika](#) kapcsoló bekapcsolásakor: ha egy tesztnek meggyőző győztese lett, a rendszer e-mailben értesíti az adminokat, és a további címzettek már mind a győztes változatot kapják — új teszt nem nyílik. Ez a kapcsoló **alapból kikapcsolt**: csak akkor lép működésbe, ha te bekapcsolod.

FONTOS KORLÁT

A győztes-automatika a *tömeges* küldésekre vonatkozik. A sorozatokat (lásd lentebb) az automatika soha nem módosítja magától — ott mindig csak értesítést kapsz, a döntés a tiéd marad.

11.6 Sorozatok — időzített levélláncok

A tömeges küldés egyetlen levél sok címzettnek. A **sorozat** ezzel szemben egy időzített *lánc*: több levél, meghatározott napközökkel, amit a kontakt automatikusan végigjár. Klasszikus példa a PadlóProfinál egy „ajánlat-utánkövetés”:

Lépés	Időzítés	Levél
1.	0. nap	Az ajánlat kiküldése (kísérőlevél sablonnal)
2.	+3 nap	„Megkapta az ajánlatot? Van kérdése?” emlékeztető
3.	+7 nap	„Az akció áprilisig él” — finom sürgetés

Beírod Kovács Bencét a sorozatba, és onnantól a rendszer magától küldi a lépéseket a megadott napokon — hacsak közben nem válaszol (akkor kiveheted a sorozatból, hogy ne kapjon felesleges emlékeztetőt).

A/B A SZOROZATOKBAN IS

Egy sorozat bármelyik lépéséhez megadhatasz egy **B változatú** sablont is. Ilyenkor a kontakt az első A/B-s lépésnél kap egy változatot (felváltva A vagy B), és a *teljes* sorozaton át annál marad. Az eredmény ugyanazon az A/B tesztek oldalon jelenik meg, „sorozat” jelöléssel.

11.7 Kézbetűzési jótanácsok

- **Ne küldj tisztázatlan listára** — a sok visszapattanó cím rontja a hírneved. Tartsd karban a kapcsolataidat.
- **Legyen benne érték** — a levél adjon valamit (akció, hasznos infó), ne csak kérjen.
- **Egy főkapcsoló véd** — a tömeges küldés modul alpból óvatos tempóban küld, hogy a szolgáltatód ne jelölje spamnek.

ÖSSZEFOGLALVA

A tömeges küldéssel egyszerre sok, mégis személyre szabott levelet küldesz; az A/B teszttel megtudod, mi működik; a sorozatokkal pedig időzített utánkövetést állítasz be, ami magától fut. A következő fejezetben az értékesítés gerincét építjük fel: a pipeline-t, ahol az érdeklődőből lépésről lépésre fizető ügyfél lesz.

