

Риски исходящей лидогенерации

Мы запустили десятки проектов по исходящей лидогенерации через электронную почту, и сами используем этот метод для продаж своего сервиса.

Также мы более 10 лет разрабатываем сервис для email маркетинга mail365.ru, и имеем большой опыт в обеспечении надёжной доставляемости электронной почты.

На основании нашего опыта мы собрали информацию о возможных рисках, чтобы ответить на вопросы, которые нам часто задают.

Кратко: при соблюдении разумных правил и ограничений риски являются низкими, а при их реализации они не являются критическими. Все проблемы, даже в случае возникновения, решаемы.

Наибольшие риски отправитель несёт при использовании собственного почтового сервера (Postfix, Exchange). В этом случае нужно проявлять максимальную осторожность, наращивать рассылку постепенно.

Содержание

Что сделано для снижения рисков в программном обеспечении Respondo.....	1
Что делается для снижения рисков при аутсорсинге лидогенерации.....	2
Какие технические риски есть и какая их вероятность.....	2
Юридические риски.....	5
Репутационные риски.....	6
Этичность холодной почты.....	6

Что сделано для снижения рисков в программном обеспечении Respondo

Чтобы снизить риски, нужно:

- отправлять как можно меньше писем на нерабочие адреса
- получать больше ответов
- получать как можно меньше жалоб на спам (нажатия кнопки «это спам» в Яндекс, Гугл, VK почте)

Что сделано в нашем ПО:

- Снижение отправок на невалидные адреса (баунсов): встроенная валидности адресов
- Отправка цепочек писем до получения ответа — также снижает общее число писем, отправленных на нерабочие адреса, т. к. второе и далее письма идут только на 100% рабочие почты
- Снижение жалоб на спам: возможность выбирать наиболее релевантные адреса для каждой загруженной компании, персонализация — как через подстановку переменных, так и возможность редактировать письма вручную перед отправкой
- Синонимизация писем для снижения риска блокировки почты на отправку по признаку «отправляется много одинаковых писем»
- Плавная отправка писем с интервалами в 5-10 минут
- Письма не отсылаются по выходным и праздничным дням, чтобы получать больше ответов
- Прогрев почтовых ящиков — имитация переписки для снижения вероятности блокировки новых почтовых аккаунтов (бета версия)
- В настройках почтового ящикам можно ограничить число отсылаемых в сутки писем

Что делается для снижения рисков при аутсорсинге лидогенерации

- Тестируем письма на доставляемость как при запуске, так и в течение рассылки
- Пишем нерекламные, вежливые письма
- Выбираем максимально релевантную базу и адреса получателей
- Прогреваем аккаунты, в том числе вручную, при необходимости
- Используем качественных, проверенных поставщиков данных

Какие технические риски есть и какая их вероятность

Нулевая: считаем, что ситуация невозможна даже в теории

Крайне низкая: считаем, что ситуация возможна теоретически, но практических подтверждений не видели

Риск	Оценка вероятности	Комментарии
Сайт компании будет пессимизирован в поисковых системах (Yandex, Google)	Нулевая	SEO и почта — разные каналы. Если и будут жалобы на получение спама, то это не повлияет на позиции вашего сайта в

		<p>поисковиках.</p> <p>Технически, почтовый и web сервер компании — разные сервера.</p> <p>Жалобы могут повлиять только на почту, идущую с вашего сервера. Как именно — см. ниже.</p>
Мы используем Яндекс/Google почту, все ящики компании будут заблокированы	Крайне низкая	<p>В нашей практике происходила всегда блокировка только конкретных ящиков и только на 24 часа. После чего рассылку можно продолжать.</p> <p>О том же говорится в справке Яндекса: https://yandex.ru/support/mail/web/letter/create/troubleshooting.html</p> <p>(выбрать «письмо не может быть отправлено, потому что кажется похожим на спам»)</p> <p>“Если это произошло, отправка писем из вашего почтового ящика будет заблокирована. Блокируется только отправка писем — входить в Почту и получать письма вы сможете. Блокировка закончится автоматически через 24 часа, если вы не попытаетесь отправить письмо в течение этого времени, — иначе блокировка продлится еще на 24 часа.”</p> <p>То есть, происходит блокировка только конкретного ящика, и только на отправку писем. При этом, как правило, можно отсылать письма через веб-интерфейс — блокируется только отправка через SMTP.</p>
Мы используем Яндекс/Google почту, и вся наша почта пойдёт в спам из-за жалоб на нашу рассылку	Крайне низкая	<p>Мы не сталкивались с такими ситуациями.</p> <p>Как правило, если письма успешно отправляются через Яндекс/Gmail, то они и успешно доставляются.</p> <p>Но у нас были и случаи, когда письма, отправленные с Gmail, начали идти в «спам» в Яндекс почте.</p> <p>Переписывание писем решило эту проблему.</p>
Мы используем свой почтовый сервер, и	На практике не	Использование своего почтового сервера (а не Яндекс, Google, VK) несёт

вся наша почта пойдёт в спам	встречалось, но в теории может быть	<p>повышенный риск ухудшения почтовой репутации.</p> <p>Это может в первую очередь коснуться автоматических или массовых писем, рассылаемых с вашего сервера.</p> <p>Поэтому рекомендуем в этом случае максимально внимательно подбирать базы, выбирать адреса, писать максимально культурные письма, чтобы снизить вероятность жалоб на спам.</p>
Наши рассылки через сервисы рассылок (unisender/sendsay/mail365 и т.д.) пойдут в спам	Крайне низкая	<p>Сервисы рассылок (Email Service Provider, ESP) используют свои сервера, и, как правило, подписывают почту своими доменами через DKIM.</p> <p>Поэтому даже при большом числе жалоб на ваши письма рассылки через сторонние сервисы не должны пострадать.</p>
Мы попадём в черные списки	Такое может быть, но это не критично	<p>Такие черные списки существуют, вот их список:</p> <p>https://mxtoolbox.com/problem/blacklist/</p> <p>Любой человек, получивший от вас письмо, которое ему показалось спамом, может добавить ваш почтовый сервер в такой список, в один или несколько.</p> <p>Если это Яндекс или Gmail – это вряд ли повлияет на доставляемость.</p> <p>Но даже если вы используете свой сервер, то наличие вашего почтового сервера в таких списках не означает, что все ваши письма пойдут в спам.</p> <p>Это только один из факторов доставляемости, и он не является значительным для большинства получателей в России, которые используют Яндекс почту.</p> <p>Кроме того, можно выйти из этих списков, просто написав им запрос.</p>
Ящик на Яндекс или Гугл почте, через которые идёт рассылка, временно заблокируется	Такое регулярно бывает, особенно с новыми	<p>Блокировка проходит через 24 автоматически.</p> <p>При регулярном возникновении такой ситуации выполните шаги, указанные в документе «Respondo – обеспечиваем</p>

	ящиками	доставляемость email»
--	---------	-----------------------

Юридические риски

Рассылки по электронной почте регламентируются двумя законами: **О Рекламе** и **О Связи**.

В законе «О рекламе» (Статья 18. Реклама, распространяемая по сетям электросвязи) указано: «Не допускается использование сетей электросвязи для распространения рекламы с применением средств выбора и (или) набора абонентского номера без участия человека (автоматического дозвонивания, автоматической рассылки)». Но:

1) в нашем случае для каждого письма требуется осмысленный, **ручной** выбор одного из почтовых ящиков, предварительный просмотр и одобрение письма **с участием человека**:

Screenshot of an email selection interface in Respondo. The interface shows a list of email addresses with radio buttons and labels like "Общие" and "Личные". Below is a preview of an email from Valeria Ermolenko with a subject "B2B лидогенерация для IT-компаний".

2) Мы не считаем, что рассылаем рекламу как таковую — мы автоматизируем деловую переписку с целью получения обратной связи от ЛПР. Письма не содержат ссылок, вложений, картинок, а только несколько строчек с запросом на контакты.

3) Ещё один момент: как правило, входящую почту в компаниях (кроме совсем небольших) обрабатывают по регламенту, и в задачи людей, которые её обрабатывают (далеко не всегда есть почта ЛПР), вряд ли входит юридическая борьба с входящими запросами.

4) Мы рекомендуем отправлять до 50 писем с одного ящика в день, что соответствует производительности живого человека. То есть те объёмы, которые мы рассылаем, являются довольно небольшими по сравнению с реальными рассыльщиками спама, соответственно и вероятность, что кто-то будет жаловаться в ФАС, низка.

Также иногда мы слышим вопросы по поводу **Закона о персональных данных**.

Так как мы шлём почту на общедоступные, публичные адреса, и не занимаемся обработкой персональных данных, то считаем, что этот закон тут неприменим.

В Законе о связи указано: «спам» - телематическое электронное сообщение, предназначенное неопределённому кругу лиц, доставленное абоненту и (или) пользователю без их предварительного согласия и не позволяющее определить отправителя этого сообщения, в том числе ввиду указания в нём несуществующего или фальсифицированного адреса отправителя;»

Наш подход не подходит под это определение: мы отправляем сообщения в определённый круг (юридических) лиц, все письма подписываются отправителем.

Итого: мы не видим признаков, по которым письма противоречили бы Закону о Рекламе, Закону о связи или Закону о персональных данных.

Репутационные риски

«Мы опасаемся, что люди на форумах будут писать, что мы рассылаем спам»

По факту, люди могут жаловаться на спам, даже если они сами дали согласие на рассылку.

Например, на spravni.ru часто жалуются на спам от банков — при том, что вряд ли эти организации рассылают «настоящий» спам.

Но количество клиентов у банков (миллионы людей, у Тинькофф — 35 миллионов клиентов, Сбера — больше 100 млн) несопоставимо с числом потенциальных клиентов в B2B — это всего 7 млн организаций в России. И, конечно, далеко не все являются вашими потенциальными клиентами.

Скажем, у некоторых наших клиентов — всего десятки клиентов (но крупных).

Наш типовой пилотный проект — отправка писем по 1000 компаний за один месяц, это очень низкие объёмы по сравнению с тем, что шлют крупные рассыльщики, на которых жалуются.

Итого: вероятность публичных жалоб — крайне мала. И даже когда люди что-то пишут, это не оказывает значительного влияния на бизнес, как в примере с банками.

Этичность холодной почты

Один из наших клиентов в интервью сказал, что выбрал нас, а не услуги прозвона, именно из соображений этичности.

В нишах, где реклама через PPC является экономически нецелесообразной, при выборе из холодных звонков и писем мы также считаем, что отправка письма является более этичным подходом:

- чтение письма занимает меньше времени
- письмо создаёт меньше стресса
- письмо легко проигнорировать

Конечно, восприятие сильно зависит от содержания и релевантности писем. Поэтому не рекомендуем начинать общение с обмана (использовать Re: в начале переписки) и кликбейта, быть честными, писать строго по делу, и стараться, чтобы каждое письмо несло пользу.

Как сказал один наш клиент (кейс скоро будет опубликован на respondo.ru/cases): «Нам ответили — спасибо, ничего не надо, но письма у вас крутые, сохранили себе!»