Бауманский учебный центр «Специалист»

Программа курса Email - маркетинг с ИИ: рассылки, триггеры, автоматизация и клиентские сценарии

Код курса: **ЕМАЙЛ**

Тема	Ак. часов
Модуль 1. Email-маркетинг как система управления клиентским поведением 1. Роль email-маркетинга в 2026 году: рассылки для продаж, прогрева, удержания, повторных покупок и экспертных проектов. 2. Email в связке с сайтом, CRM, Telegram, лендингами, вебинарами, мероприятиями и отделом продаж. 3. Ключевые понятия email-маркетинга: email-платформа, доставляемость, сегмент, триггер, double opt-in, welcome-цепочка, реактивация. 4. Основные показатели эффективности: Open Rate, Click Rate, Unsubscribes, Complaints, заявки, продажи и возврат клиентов. 5. Email-маркетолог в 2026 году: аналитика поведения, работа с базой, ИИ, гипотезы и клиентские сценарии. 6. Психология email-коммуникации: почему клиент открывает письмо, игнорирует рассылку, доверяет отправителю или отписывается. **Практический кейс для портфолио:** Аудит email-коммуникации конкурентов. Таблица и краткий отчёт с аудитом конкурентов и списком гипотез для собственной email-системы. Слушатель выбирает 2–3 компании в своей нише и анализирует, как они собирают базу, какие лид-магниты используют, какие письма отправляют, какие офферы дают в первом касании, какие психологические триггеры применяют и где теряют доверие клиента.	**2**
Модуль 2. Российские сервисы рассылок, ИИ и подготовка первого письма 1. Российские платформы email-рассылок и CRM-маркетинга: UniSender, Sendsay, Mindbox, DashaMail, RuSender, NotiSend и другие сервисы, доступные из России. 2. Как выбрать сервис под задачу: малый бизнес, образовательный проект, интернет-магазин, B2B, экспертные рассылки, мероприятия. 3. Структура email-письма: тема, прехедер, первый экран, основной блок, CTA, футер, юридические элементы. 4. Сборка письма в сервисе рассылок: шаблон, адаптивность, кнопки, ссылки, мобильное отображение. 5. Проверка письма перед отправкой: ссылки, отображение, доставляемость, спам-риски, корректность отписки. 6. Использование ИИ для подготовки письма: темы, прехедеры, структура, CTA, адаптация текста под сегменты. 7. Психология первого письма: как снизить сопротивление, объяснить пользу и дать клиенту безопасный следующий шаг. **Практический кейс для портфолио:** Первое письмо, которое можно отправить завтра. Готовое письмо в российском сервисе рассылок или в формате макета, пригодного для переноса в сервис. Слушатель собирает письмо для выбранного проекта: тему, прехедер, структуру, CTA, футер, юридические элементы и проверку доставляемости. ИИ используется для генерации нескольких вариантов темы, улучшения текста и адаптации письма под целевую аудиторию.	**3**

Модуль 3. Сбор базы подписчиков, лид-магниты и законные точки входа 1. Источники базы: сайт, лендинг, Telegram, мероприятия, вебинары, офлайн-точки, отдел продаж, личный бренд. 2. Почему нельзя использовать покупные базы: репутационные, юридические и технические риски. 3. Формы подписки, страницы подписки, pop-up, квизы, CTA-блоки и встроенные формы на сайте. 4. Лид-магниты: чек-листы, квизы, мини-курсы, записи вебинаров, подборки, инструкции, бонусы. 5. Telegram как канал сбора подписчиков и прогрева аудитории перед email-коммуникацией. 6. ИИ для разработки лид-магнитов: поиск боли аудитории, генерация идей, названий, структуры и первых касаний. 7. Юридические требования к сбору базы: согласие на рассылку, цель обработки данных, double opt-in, хранение подтверждений, ссылка на политику конфиденциальности. **Практический кейс для портфолио:** Система сбора базы и лид-магнит. Готовая схема сбора базы: источник трафика, лид-магнит, форма подписки, согласие, первое письмо после подписки. Слушатель разрабатывает карту источников базы, идею лид-магнита, текст формы подписки, вариант CTA, сценарий перехода из Telegram или сайта в email и формулировку согласия на рассылку.	**3**
Модуль 4. Контент рассылки, welcome-цепочки и клиентские сценарии с ИИ 1. Email-стратегия: регулярные письма, welcome-серии, повторные касания, реактивация и переход клиента к покупке. 2. Типы писем: экспертные, продающие, сервисные, транзакционные, триггерные и реактивационные. 3. Темы писем: A/B-тесты, конкретика, польза, доверие, срочность, FOMO-триггеры. 4. Email-копирайтинг: структура письма, управление вниманием, ясность оффера, работа с возражениями, один главный следующий шаг. 5. Психология текста: как письмо работает с тревогой, сомнением, доверием, интересом и страхом потери. 6. Использование ИИ в контенте: генерация тем, писем, цепочек, сценариев, адаптация тона и подготовка A/B-гипотез. 7. Welcome-цепочки для B2B, B2C, образовательных проектов, услуг, интернет-магазинов и экспертных продуктов. **Практический кейс для портфолио:** Welcome-цепочка из 3–5 писем. Готовая welcome-цепочка с темами, прехедерами, задачей каждого письма, CTA и логикой перехода к следующему шагу. Слушатель проектирует серию писем для нового подписчика: знакомство, польза, боль клиента, доказательство, предложение, мягкое закрытие или переход в другой канал. ИИ используется для генерации вариантов тем, структуры и адаптации писем под сегменты.	**3**

Модуль 5. ИИ-аналитика, сегментация и бизнес-модель прибыльной рассылки 1. Как понять, что рассылка работает: метрики, заявки, продажи, повторные покупки и вовлечённость. 2. Основные метрики: Open Rate, Click Rate, Unsubscribe Rate, Complaints, конверсии и выручка. 3. Сегментация базы: новые подписчики, активные читатели, покупатели, спящие контакты, потерянные клиенты. 4. A/B-тестирование: темы, прехедеры, CTA, офферы, время отправки и сегменты. 5. ИИ в аналитике: генерация гипотез по результатам рассылки, поиск слабых мест и подготовка вариантов улучшения. 6. Бизнес-модель email-канала: лид-магниты, автоворонки, повторные продажи, допродажи, консультации, мероприятия, образовательные продукты. **Практический кейс для портфолио:** Мини-дашборд email-маркетолога. Таблица аналитики email-канала с метриками, интерпретацией и списком действий по улучшению рассылки. Слушатель собирает таблицу ключевых метрик и управленческих решений: что показывает каждая метрика, какие проблемы она выявляет и какие действия нужно предпринять, если показатель ухудшается.	**2**
Модуль 6. Триггерные письма, автоматизация, ИИ и карта email-системы на 30 дней 1. Триггерные письма: welcome-серия, брошенная корзина, брошенная заявка, повторный интерес, реактивация, письмо после покупки, консультации или вебинара. 2. Транзакционные письма: подтверждение регистрации, заказ, оплата, запись, напоминание, документы и сервисные уведомления. 3. Триггерные сценарии на основе CJM и психологии решений. 4. Карта автоматизации: какие письма отправляются вручную, какие можно автоматизировать, какие лучше связать с CRM или Telegram. 5. Интеграции с формами, CRM, Telegram, сайтами и сервисами сбора подписчиков. 6. ИИ для проектирования автоматизаций: сценарии, гипотезы, сегменты, варианты писем и карта касаний. 7. Roadmap внедрения email-маркетинга: что делать в первую неделю, первый месяц и первые 90 дней. 8. Финальный юридический чек-лист email-системы: согласие, отписка, корректность рекламных формулировок, причина получения письма, данные отправителя, политика конфиденциальности, хранение подтверждений. 9. Психология триггеров: письмо должно попадать в состояние клиента — сомнение, забывание, перегруз, потерю интереса или ожидание подтверждения выбора. **Практический кейс для портфолио:** Карта автоматизации email-маркетинга на 30 дней. Карта email-автоматизации с триггерами, сегментами, задачами писем, метриками и точками контроля. Слушатель проектирует минимальную систему автоматических писем: welcome-серия, письмо после заявки, повторное касание, реактивация, письмо после покупки или консультации, запрос обратной связи. Дополнительно слушатель проверяет систему по юридическому чек-листу и дорабатывает её с помощью ИИ.	**3**
Аудиторная нагрузка в классе с преподавателем	**16 ак.ч. + 16 ак.ч. самостоятельно**

По окончании обучения на курсе проводится итоговая аттестация. Аттестация проводится в виде теста на последнем занятии или на основании оценок практических работ, выполняемых во время обучения на курсе.

Контакты центра

Для частных лиц
+7 (495) 232-32-16

Для организаций
+7 (495) 780-48-44

E-mail
info@specialist.ru