

## Как работать с базой подписчиков email-рассылки

### Не покупайте базу

Ни в коем случае не покупайте готовую базу, даже если уверены, что она содержит вашу целевую аудиторию. Не подходят и наработки от разорившихся конкурентов. Не факт, что пользователь обрадуется рассылке, на которую не подписывался.

### Не делайте массовых рассылок по старой базе

Если вы не трогали базу много лет, лучше не делайте по ней массовых рассылок. В крайнем случае активируйте «живых» подписчиков. Заведите новый сервис или домен и уже с него отбирайте активные адреса.

### Удаляйте неактивных подписчиков

Чем активнее аудитория рассылок, тем лучше провайдеры относятся к вам. Если подписчик не отреагировал на последние 8-10 рассылок, он попадает в категорию неактивных.

### Введите сервис подтверждения на подписки

Так, вы будете соблюдать требования закона «О рекламе» и оградите себя от санкций.

### Сегментируйте подписчиков

Люди чаще открывают и читают полезные рассылки, попадающие в их интересы. Откажитесь от массовых рассылок на всю базу. Сначала сегментируйте аудиторию, затем запускайте уникальную рассылку для каждой группы. Это снизит показатель отписки, а пользователи станут реже нажимать на кнопку «спам» напротив ваших писем — почтовые сервисы начнут относиться к вам иначе.