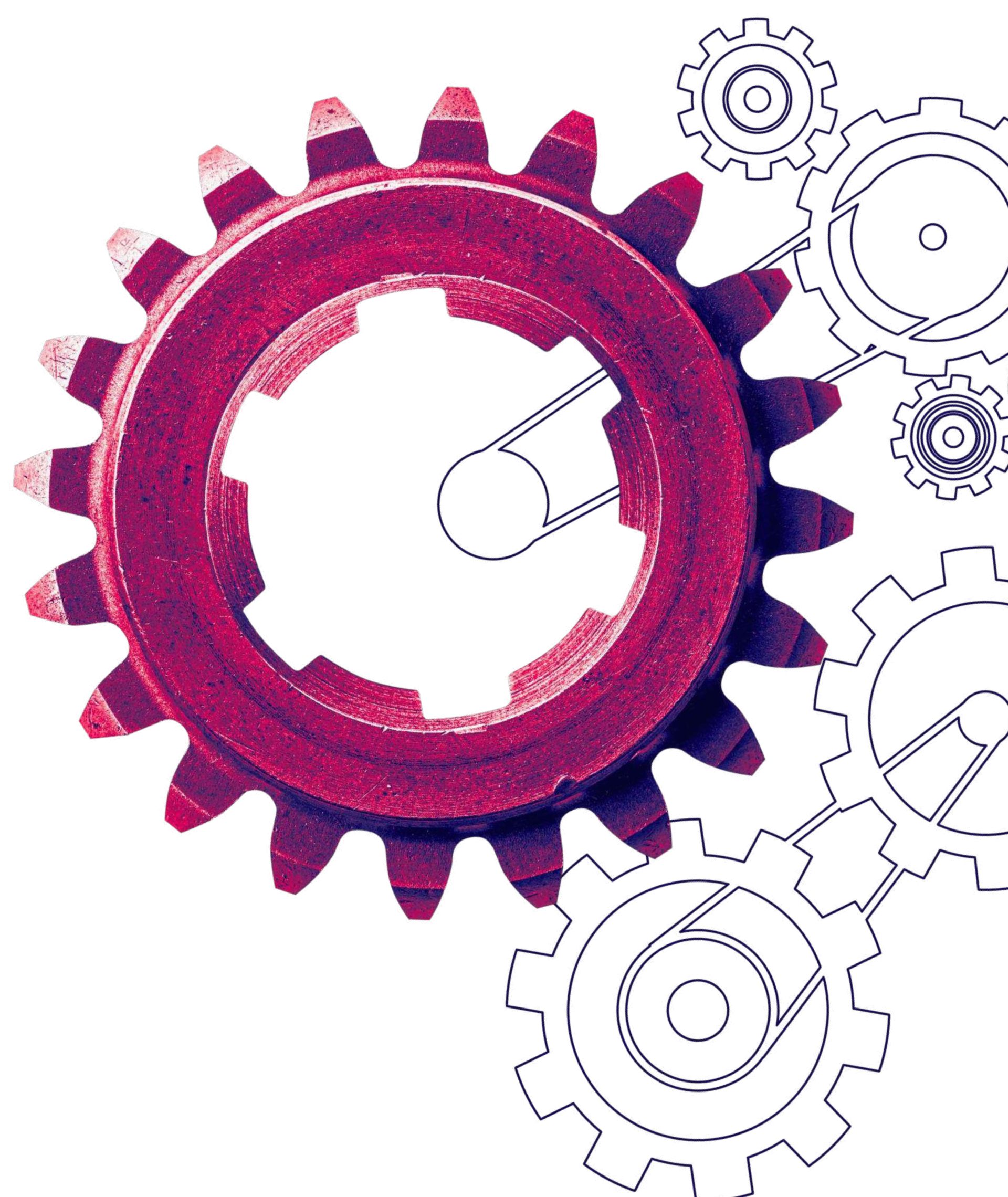


Памятка по созданию CJM для коммуникации с врачами



1

CJM — это логика, а не просто визуал

«Прежде чем запускать канал, начертите путь врача: где он впервые слышит о вас, куда вы его ведёте и как удерживаете интерес»

3

Стройте мультиканальную экосистему

«Врач — не только в email или на портале. Комбинируйте визиты, SMS, email, мероприятия и ретаргетинг. Там, где нет дублирования, а есть синергия — работает лучше всего»

5

Сегментируйте не только по специализации

«Следите за поведением врача. Кто не кликает месяц — один сценарий. Кто скачивает всё подряд — другой»

2

Собирайте и анализируйте данные

«Вся активность врача — клики, регистрация, вовлечённость — это не просто статистика. Это топливо для персонализации. Интеграция CDP, как AltCraft, позволяет не терять важные сигналы и использовать поведенческие паттерны в будущем»

4

Упрощайте каждый шаг

«Регистрация, просмотр, переход, скачивание — всё должно быть максимально простым. Один клик лучше, чем два»

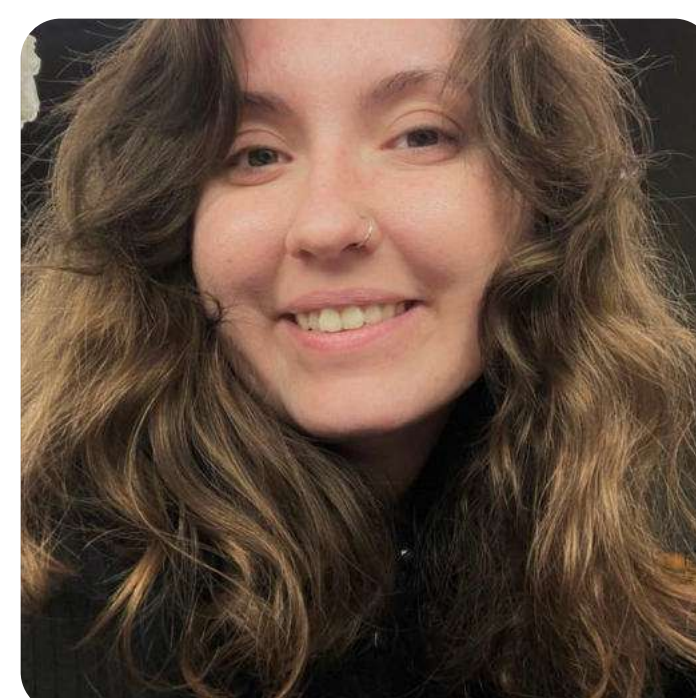
6

Меряйте не только open rate, но и путь

«Открытие письма — не успех. Успех — это: открыл → перешёл → изучил → зарегистрировался → вернулся. Стройте аналитику по CJM, а не по рассылке»

У вас есть стратегический CRM-партнер?

Обсудим проект?



Валентина

Менеджер нового бизнеса

+7 (978) 238-9895

v.matyunina@dau.agency

Написать в Telegram