

BLACK FRIDAY

MATERIAŁ DLA KLIENTA · BLACK FRIDAY 2026

SMS, e-mail czy WhatsApp? Kanały na Black Friday

Porównanie trzech kanałów na danych ze sklepów edrone: konwersja, wartość zamówienia i rola każdego kanału w planie na listopad.

Trzy kanały, trzy różne role

W Black Week 2025 sklepy edrone w Polsce sprzedawały wszystkimi trzema kanałami naraz. **E-mail wygrał zasięgiem, SMS i WhatsApp wygrały konwersją.**

KANAŁ	KONWERSJA	ŚREDNIA WARTOŚĆ ZAMÓWIENIA	KONWERSJA WZGLĘDEM E-MAILA
E-mail	0,18%	477 zł	punkt odniesienia
SMS	1,17%	410 zł	ok. 6,5× wyższa
WhatsApp	1,96%	687 zł	ok. 11× wyższa

Co wynika z liczb

E-MAIL · ZASIĘG

40 mln zł

prawie tyle przychodu dał e-mail w samym Black Week. Najwięcej pieniędzy w wartościach bezwzględnych, bo trafia do całej bazy.

SMS · PILNOŚĆ

1,17%

konwersji. Wiadomość pojawia się na ekranie telefonu, więc sprawdza się przy „zostały 2 godziny” i porzuconym koszyku.

WHATSAPP · KOSZYK

687 zł

średniego zamówienia, najwięcej ze wszystkich kanałów. Klient może zadać pytanie przed zakupem i dostać odpowiedź w tej samej rozmowie.

Wniosek na Black Friday 2026

Nie rezygnuj z e-maila na rzecz SMS-a czy WhatsAppa. E-mail buduje zasięg i przekazuje pełną ofertę, a **SMS i WhatsApp domykają sprzedaż** w momencie, w którym klient się waha. Najlepiej działają razem.

Źródło: edrone, case study „Black Friday 2025”, klienci edrone w Polsce, Black Week 2025 · edrone.me/pl/case-study/black-friday-2025-edrone

Automatyzacja sprzedaje w każdym kanale

Wiadomość wysłana w reakcji na zachowanie klienta, np. porzucony koszyk, konwertuje kilka razy lepiej niż ta sama wysyłka do całej bazy. **Tak jest w każdym z trzech kanałów.**

KANAŁ	KONWERSJA Z NEWSLETTERA	KONWERSJA Z AUTOMATYZACJI	PRZYCHÓD Z 1000 WIADOMOŚCI
E-mail	0,03%	0,52%	152 zł
SMS	0,1%	0,9%	1 376 zł
WhatsApp	0,5%	2,2%	4 868 zł

Jak to czytać

WHATSAPP

2,2

zamówienia na każde 100 automatycznych wiadomości WhatsApp.

SMS

9×

wyższa konwersja SMS-a z automatyzacji niż z masowej wysyłki (0,9% wobec 0,1%).

E-MAIL

17×

wyższa konwersja e-maila z automatyzacji niż z newslettera (0,52% wobec 0,03%).

Co to znaczy przed Black Friday

Newsletter z zapowiedzią promocji to dopiero początek. Przychód robią scenariusze, które uruchamiają się same: **porzucony koszyk, przeglądane produkty i powitanie nowego subskrybenta**. Włącz je przed listopadem, a przez cały weekend Black Friday będą działać bez Twojej obsługi.

Źródło: analiza klientów edrone, rynek brazylijski, wrzesień 2025 (przychód przeliczony na zł). Dane pokazują proporcje między kanałami, a nie prognozę dla Twojego sklepu · help.edrone.me/pl/articles/11368710

Dobierz kanał do momentu zakupu

Każdy kanał ma swoją mocną stronę i swoje ograniczenia. Poniżej: do czego nadaje się każdy z nich i jak go użyć w tygodniu Black Friday.

E-mail

ZASIĘG · PEŁNA OFERTA

Fundament kampanii: zapowiedź, szczegóły, rekomendacje

Mieści długą treść, grafiki, przyciski i rekomendacje produktów. Najtańszy przy dużej bazie. Ograniczenia: niższy open rate niż SMS i WhatsApp, a w listopadzie Twój e-mail trafia do skrzynki pełnej promocji.

NA BF zapowiedź i early access dla subskrybentów, powitanie z kodem rabatowym, pełna oferta dnia.

SMS

PILNOŚĆ · OSTATNIA SZANSA

Krótki impuls, który klient zobaczy od razu

Trafia jako powiadomienie na ekran telefonu, bez aplikacji i bez internetu. Ograniczenia: do 160 znaków, bez grafiki. Wysyłasz go tylko do osób ze zgodą na SMS marketingowy.

NA BF porzucony koszyk 15–30 minut po wyjściu ze sklepu, „zostały 2 godziny promocji”, kod last-minute dla stałych klientów.

WhatsApp

ROZMOWA · WYSOKI KOSZYK

Osobista pomoc przed większym zakupem

Zdjęcia, filmy, PDF-y i przyciski, a klient może od razu odpisać. Ograniczenia: wymaga osobnej zgody na WhatsApp, szablonów zatwierdzanych przez Metę i opłaty za każdą wiadomość.

NA BF porzucony koszyk wysokiej wartości, pytania o produkt przed zakupem, „produkt znów dostępny” ze zdjęciem.

CECHA	E-MAIL	SMS	WHATSAPP
Forma	długa treść, HTML	tekst, do 160 znaków	multimedia i przyciski
Powiadomienie na ekranie	nie zawsze	tak	tak
Rozmowa 1:1	nie	nie	tak
Koszt wysyłki	najniższy	za każdy SMS	za każdą wiadomość

Nie wybieraj jednego, połącz je w jednym flow

W edrone e-mail, SMS i WhatsApp działają w jednym scenariuszu, na wspólnym profilu klienta. Przykład: porzucony koszyk w wieczór Black Friday.

KROK 1 · OK. 30 MIN PO
PORZUCENIU

E-mail

Przypomnienie ze zdjęciami produktów z koszyka i warunkami promocji.

„Anna, Twój koszyk czeka!
Rabat -30% kończy się o
północy.”

KROK 2 · BRAK REAKCJI PO
GODZINIE

SMS

Krótki komunikat z presją czasu i kodem rabatowym.

„Zostały 2h! Twoje produkty
czekają. KOD: BLACK30.
Zamów: [link]”

KROK 3 · KOSZYK POWYŻEJ OK. 300
ZŁ

WhatsApp

Osobista wiadomość z propozycją pomocy i zdjęciem produktu.

„Masz pytania o rozmiar?
Chętnie pomożemy przed
zakupem.”

Koszyk do 100 zł

WYSTARCZY PRZYPOMNIENIE

E-mail i SMS „Twój koszyk czeka”. Bez rabatu, jeśli marża jest niska.

100–300 zł

PRZYPOMNIENIE + KOD

E-mail, a potem SMS z kodem ważnym kilka godzin. Presja czasu działa, bo w Black Friday klient porównuje oferty w kilku sklepach naraz.

Powyżej 300 zł

DOŁÓŻ ROZMOWĘ

Dodaj WhatsApp z pomocą w wyborze. Przy drogich produktach klient częściej potrzebuje odpowiedzi na pytanie niż kolejnego rabatu.

Do zrobienia przed 27 listopada

- **Zbieraj zgody już teraz.** Numer telefonu to jeszcze nie zgoda na SMS, a WhatsApp wymaga osobnej zgody. Dodaj pop-up z zapisem na SMS i WhatsApp.
- **Włącz porzucony koszyk w dwóch kanałach:** e-mail + SMS to minimum na Black Friday.
- **Podłącz WhatsApp Business** i przetestuj go na koszykach o wysokiej wartości.
- **Zaplanuj cały Black Week, nie jeden dzień.** W 2025 roku Cyber Monday przyniósł sklepom edrone prawie tyle, co sam Black Friday (45 mln zł wobec 53 mln zł).

Źródła: edrone, case study „Black Friday 2025” (PL); help.edrone.me, artykuł 11368710.