

Case Study WhatsApp Newsletter: DAAG

Doświadczenie naszego klienta wyraźnie pokazuje, że Newsletter WhatsApp, nawet z niewielką grupą odbiorców, fundamentalnie zmienia podejście do komunikacji marketingowej. Stosowanie tej platformy do prowadzenia kampanii promocyjnych przekłada się na znacznie wyższą otwieralność i liczbę kliknięć, efektywnie demistyfikując pogląd, że WhatsApp jest drugorzędnym narzędziem w polskim marketingu.



Kontekst kampanii Whatsapp Newsletter



Przypomnienie o Promocji

Komunikat o kończącej się ofercie („Ostatnie dni obecnych cen”) budujący poczucie pilności.



Pobudzenie Sprzedaży

Zwiększenie sprzedaży produktów DAAG poprzez bezpośrednie oferty promocyjne.



Aktywacja Kontaktów

Reaktywacja zapisanych subskrybentów WhatsApp i zwiększenie ich zaangażowania.



Budowanie Relacji

Wzmacnianie więzi z klientkami i zwiększanie ich lojalności wobec marki.

Segment odbiorców



Aktywni Subskrybenci

Użytkownicy zapisani do newslettera, którzy udostępnili swój numer telefonu i wykazali zaangażowanie.



1 888 Kontaktów

Całkowita liczba potencjalnych odbiorców w wybranym segmencie.



1184 Wysyłki

Faktyczna liczba wiadomości dostarczonych do aktywnych kontaktów w segmencie.

Zapisani, zaangażowani z numerem telefonu ×



Zaangażowani



Zapisani

Kontakty w segmencie

1888

🔄 Przelicz kontakty

AOV ?

596,80 zł

ACV ?

782,48 zł

ANO ?

1

Filtry ?

Numer telefonu

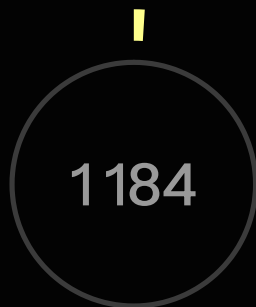
jest podane

Dołączono jako kontakt

po

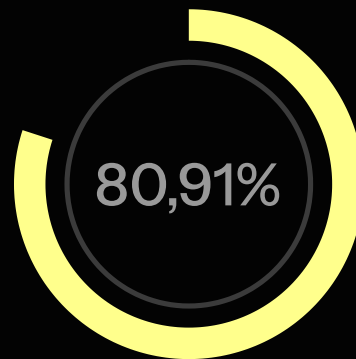
22 gru 2025

+ Dodaj filtry



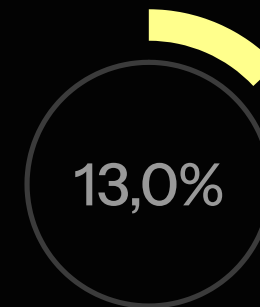
Wysłane

Wiadomości wysłane w kampanii



Otwarcia

958 osób otworzyło wiadomość



Kliknięcia

154 osoby kliknęły w link

- Kampania osiągnęła **bardzo wysoki open rate**, znacznie przekraczający standardy rynkowe.
- **Dobry współczynnik klikalności (CTR)** jak na komunikację stricte sprzedażową.
- **Brak wypisania** świadczy o idealnie dopasowanym komunikacie i segmentacji odbiorców, co buduje zaufanie i lojalność.



Wyniki sprzedażowe kampanii

6 327,14..

Przychód (PLN)

Łączna kwota wygenerowana
bezpośrednio z kampanii.

10

Liczba Zamówień

Transakcje dokonane przez
subskrybentów WhatsApp.

0,84%

Współczynnik Konwersji

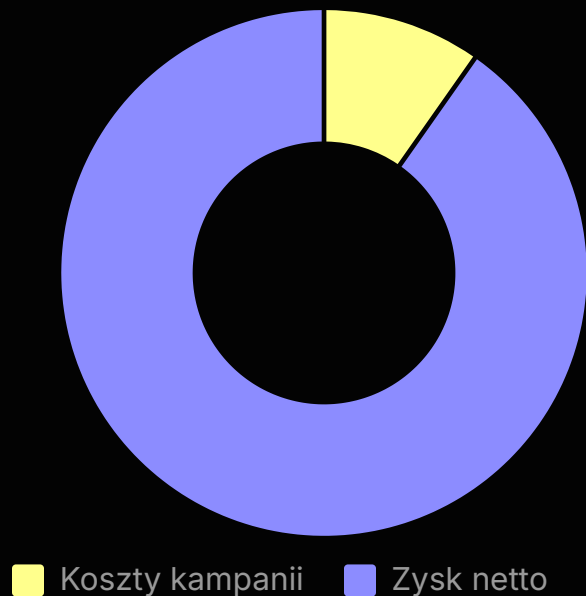
Procent subskrybentów,
którzy dokonali zakupu.

5,34 zł

Przychód / Wiadomość

Średni przychód na jedną
wysłaną wiadomość.

Koszty i ROI



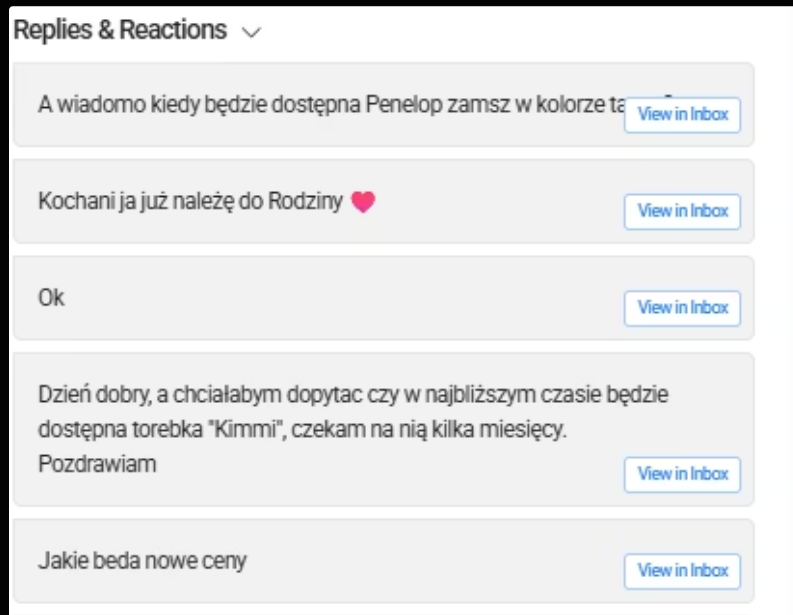
Całkowite koszty przeprowadzenia kampanii WhatsApp Newsletter wyniosły **603,84 zł**.

Analiza danych potwierdza, że kampania była **wyjątkowo rentowna** i charakteryzowała się **bardzo wysokim zwrotem z inwestycji** w stosunku do poniesionych kosztów wysyłki.

ROI na poziomie **ponad 940%** wskazuje na niezwykłą efektywność.

WhatsApp jawi się jako **niezwykle efektywny kanał sprzedażowy** z doskonałym potencjałem do skalowania.

Głos klientów – odpowiedzi i reakcje



Najczęstsze typy odpowiedzi:

- Pytania o dostępność produktów
- Pytania o nowe ceny
- Zapytania o konkretne modele (np. „Kimmi”)
- Informacje o braku koloru / rozmiaru
- Pozytywne reakcje i serduszka ❤️

Wniosek: Duże zainteresowanie ofertą i realna intencja zakupowa.