

Case Study WhatsApp: Galanteria Cedar

W e-commerce coraz trudniej przebić się z komunikacją e-mailową. Skrzynki są przepełnione, a uwaga klientów ograniczona.

Przykład naszego klienta pokazuje, jak wsparcie newslettera **WhatsAppem**, nawet przy niewielkiej bazie kontaktów zmienia zasady gry, znacząco **zwiększając otwieralność i liczbę kliknięć** – skutecznie obalając mit, że WhatsApp w marketingu w Polsce jest kanałem drugorzędnym.



Dlaczego WhatsApp?



Bardzo wysoka otwieralność wiadomości

W przeciwieństwie do e-maila, wiadomości WhatsApp są otwierane przez użytkowników z niezwykłą częstotliwością, co gwarantuje, że Twoje przekazy zostaną zauważone.



Natychmiastowe dotarcie do odbiorców

Wiadomości docierają w czasie rzeczywistym, umożliwiając błyskawiczne reagowanie na potrzeby rynku i skuteczne informowanie o pilnych ofertach.



Bardziej osobisty charakter niż e-mail

Bezpośrednia komunikacja na platformie, którą klienci znają i lubią, buduje silniejsze relacje i poczucie indywidualnego traktowania.



Idealny kanał do promocji czasowych i nowości

Szybkie dotarcie i wysokie zaangażowanie sprawiają, że WhatsApp jest perfekcyjnym narzędziem do promowania krótkoterminowych ofert, premier produktów czy ekskluzywnych wydarzeń.

STRATEGIC
BUSINESS GOALS



WhatsApp Newsletter: Cel Kampanii

COMMUNICATION



Bezpośrednia i szybka komunikacja

Zapewnienie natychmiastowego dostępu do informacji i ofert, skracając czas reakcji i zwiększając efektywność dialogu z klientami.



Generowanie sprzedaży

Skuteczne przekształcanie wiadomości w transakcje poprzez prezentację spersonalizowanych ofert i szybką obsługę zapytań produktowych.



Budowanie relacji i zaangażowania

Tworzenie lojalnej społeczności wokół marki, oferowanie wartościowych treści i personalizowanych interakcji, które wzmacniają więź z klientem.

CUSTOMER
ENGAGEMENT



Skala Kampanii

582

Liczba Odbiorców

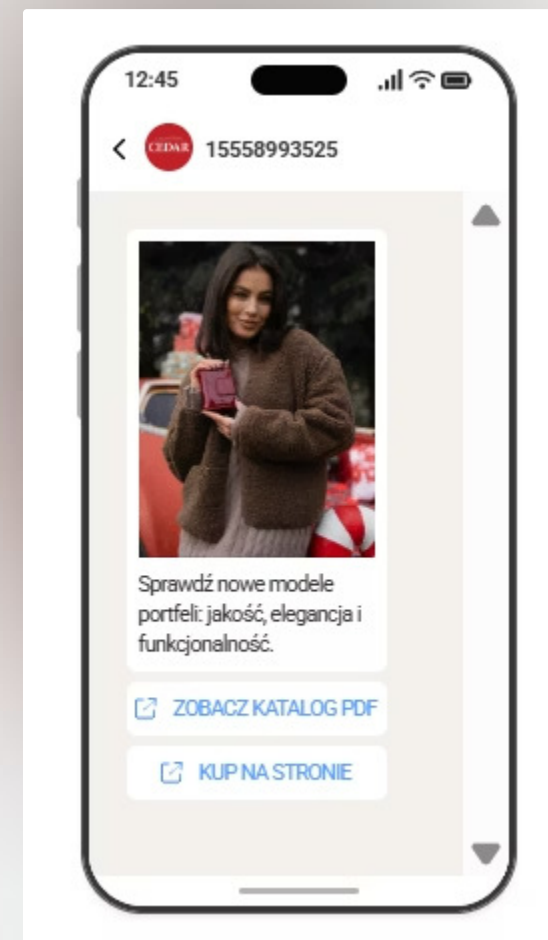
Łączna baza kontaktów, do której skierowano kampanię, co świadczy o skoncentrowanym podejściu do segmentacji.

431

Wysłane Wiadomości

Rzeczywista liczba dostarczonych wiadomości, zapewniająca wysoką skuteczność dotarcia.

Te dane podkreślają, że nawet przy niewielkiej skali bazy, WhatsApp może generować imponujące wyniki dzięki wysokiemu wskaźnikowi dostarczalności i otwieralności.



Zaangażowanie odbiorców

63,57%

Współczynnik Otwarć

274 otwarcia – każdy klient
widzi wiadomość.

18,09%

**Współczynnik Klikalności
(CTR)**

78 kliknięć – aktywne
zainteresowanie ofertą.

0

Wypisania

Pełna satysfakcja odbiorców.

Ten **wysoki poziom otwarć i kliknięć** potwierdza niezwykłą skuteczność WhatsAppa jako kanału komunikacji i sprzedażowego, budującego bezpośrednie relacje z klientami i utrzymującego ich zainteresowanie bez obawy o natarczywość.



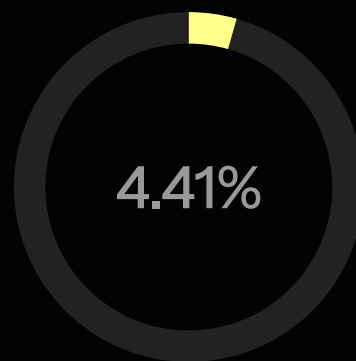
Wyniki Sprzedażowe



19

Liczba Zamówień

Każde zamówienie to bezpośredni dowód na konwersję.



4.41%

Współczynnik Konwersji

Imponujący wskaźnik potwierdzający efektywność sprzedaży.



56 300 zł

Przychód Całkowity

Znacząca wartość, generowana z niewielkiej bazy.



130,63 zł

Przychód na Wiadomość

Wyjątkowa efektywność kosztowa, podkreślająca potencjał WhatsApp.



Koszty Kampanii

219,81 zł

Całkowity koszt kampanii WhatsApp Newsletter – **minimalna inwestycja, maksymalny zasięg.**

High ROI



Wyjątkowo Niski Koszt

Początkowy wydatek na kampanię był zaskakująco niewielki, co podkreśla efektywność kosztową WhatsAppa.



Znaczący Zwrot z Inwestycji (ROI)

W stosunku do poniesionych nakładów, kampania wygenerowała imponujące przychody, co świadczy o jej wyjątkowej opłacalności.

Te liczby jasno pokazują, że nawet przy bardzo ograniczonym budżecie, WhatsApp może być potężnym **narzędziem do generowania znaczących zysków**, oferując niezrównany stosunek kosztów do efektów.

Co zadecydowało o sukcesie?



Precyzyjnie dobrana baza

Klucz do wysokiego zaangażowania odbiorców i efektywnego wykorzystania zasobów kampanii.



Krótką i konkretną formą

Zwięzłe komunikaty zwiększają czytelność i skuteczność, doskonale sprawdzając się w kanałach mobilnych.



Silne CTA

Jasne i przekonujące wezwania do działania, które skutecznie prowadzą do wysokiego współczynnika konwersji.



Wysyłka w optymalnym czasie

Dostarczanie wiadomości, gdy klienci są najbardziej aktywni, maksymalizuje otwieralność i kliknięcia.



Zaufanie klientów do marki

Lojalność i wiarygodność marki przekładają się na trwałe relacje i powtarzalne zakupy.