



Inwestuj w komunikację bezpośrednią

Maksymalizacja wartości i konwersji poprzez kanały mobilne

Dlaczego kanały mobilne zmieniają reguły gry?

Współczesny e-commerce wymaga precyzyjnego wykorzystania kanałów komunikacji. Nasza analiza pokazuje, że nie wszystkie kanały są równie efektywne – różnice w konwersji i wartości generowanej na wiadomość są dramatyczne.

WhatsApp i SMS rewolucjonizują sposób, w jaki marki komunikują się z klientami, oferując wskaźniki konwersji wielokrotnie wyższe niż tradycyjny e-mail. To nie jest przyszłość marketingu – to teraźniejszość, którą należy wykorzystać już dziś.

Cele prezentacji

- Analiza wydajności kluczowych kanałów
- Identyfikacja najbardziej dochodowych scenariuszy
- Wskazanie optymalnych obszarów inwestycji
- Maksymalizacja ROI w automatyzacji marketingowej

Porównanie kluczowych kanałów komunikacji

Analiza trzech głównych kanałów direct marketingu ujawnia znaczące różnice w efektywności. WhatsApp i SMS zdecydowanie dominują nad e-mailem w kluczowych metrykach biznesowych.

Kanał	Open Rate	CTR	Konwersja	Wartość/Msg	Status
SMS	98%	21.75%	1.20%	5.59	★ Lider
WhatsApp	44.02%	4.71%	2.05%	14.60	★ Lider wśród konwersji
E-mail	14.50%	0.81%	0.17%	0.81	Podstawa

📌 **Kluczowa konkluzja:** WhatsApp generuje wartość 18x wyższą niż e-mail, podczas gdy SMS osiąga CTR 27x wyższy od e-maila. Inwestycja w kanały mobilne to nie opcja – to konieczność.



Dominacja WhatsApp w generowaniu wartości

WhatsApp nie jest tylko kolejnym kanałem – to niekwestionowany lider w efektywności finansowej komunikacji marketingowej. Każda wysłana wiadomość generuje mierzalną wartość biznesową.

44%

Open Rate

Prawie połowa wiadomości zostaje otwarta – najwyższy wskaźnik ze wszystkich kanałów

2.05%

Konwersja zamówień

Ponad 12x wyższa niż e-mail – bezpośrednie przełożenie na sprzedaż

14.60

Wartość na wiadomość

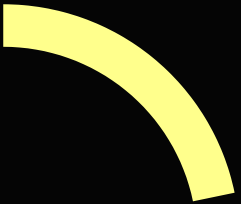
3x więcej niż SMS i 18x więcej niż e-mail – najwyższy ROI

Dlaczego WhatsApp działa tak skutecznie? Kombinacja osobistego charakteru komunikacji, natychmiastowości oraz wysokiego poziomu zaufania użytkowników sprawia, że wiadomości są nie tylko otwierane, ale przede wszystkim prowadzą do rzeczywistych transakcji. To kanał, w który każda firma e-commerce powinna inwestować priorytetowo.

⚡ WYSOKA SKUTECZNOŚĆ

Potęga automatyzacji w kanale SMS

SMS to kanał o unikalnych cechach – to broń precyzyjna w arsenale nowoczesnego marketera. SMS charakteryzuje się wyjątkową pilnością przekazu. Idealny do scenariuszy wymagających szybkiej reakcji: ograniczone promocje, powiadomienia o dostępności produktów, czy pilne przypomnienia o porzuconych koszykach.



21.75%

Ekstremalny CTR – najwyższy wskaźnik kliknięć ze wszystkich kanałów



1.20%

Wysoka konwersja – 7x bardziej efektywna niż e-mail



100%

Natychmiastowość – komunikaty czytane w ciągu 2-5 minut

Najbardziej konwertujące scenariusze automatyzacji

Analiza efektywności scenariuszy automatyzacji ujawnia wyraźnych liderów. SMS dominuje w TOP 6, przy czym Powitaj nowych subskrybentów osiąga fenomenalną konwersję przekraczającą jedną trzecią odbiorców.



Powitaj nowych subskrybentów

34.76% konwersji (SMS)

Absolutny lider – prawie co czwarty subskrybent dokonuje zakupu



Porzucony koszyk

6.48% konwersji (SMS)

Odzyskiwanie utraconych transakcji w czasie rzeczywistym



Przypomnij o ponownej dostępności

4.46% konwersji (SMS)

Kapitalizacja odroczonego popytu – klienci czekają na produkt

01

Custom Flows (3.07%)

Dedykowane scenariusze dostosowane do specyfiki biznesu

02

Rekomendacje (2.54%)

Personalizowane propozycje produktowe zwiększające AOV

03

Po zakupie (2.44%)

Budowanie lojalności i generowanie powtórnych zakupów

Scenariusze o najwyższej wartości jednostkowej

Gdy precyzyjne targetowanie spotyka się z produktami o wysokiej wartości, wyniki są spektakularne. Niektóre kombinacje branży i scenariusza generują wartość przekraczającą 200 jednostek na pojedynczą wiadomość.

1

Equipment × Przypomnij o ponownej dostępności

Wartość: 246.83

Sprzęt dla hobbystów + silna intencja zakupowa = ekstremalny ROI

2

Kids & Babies × Powitaj nowych subskrybentów

Wartość: 205.63

Wysokie AOV produktów dziecięcych + engagement subskrybentów

3

Furniture × Newsletter

Wartość: 151.86

Egzamin zdają inspiracje wnętrzarskie i edukacja klientów.

Te wyniki pokazują, że najwyższa opłacalność występuje tam, gdzie automatyzacja jest wyzwalana przez rzeczywistą intencję zakupową klienta i łączy się z produktami o naturalnie wysokiej wartości transakcyjnej.

Powitaj nowych subskrybentów: fundament e-commerce

Scenariusz **Powitaj nowych subskrybentów** pozostaje najpotężniejszym narzędziem konwersji. Welcome flow to pierwszy krok ścieżki klienta, który decyduje o przyszłej wartości klienta.



21.28%

Events (Wydarzenia)

Wysoka pilność i specyfika zakupów eventowych napędza konwersję



11.19%

Health & Beauty

Silne zaangażowanie subskrybentów w kategorii lifestyle



10.53%

Gadgets & Advertising

Technologia i nowości przyciągają najbardziej zaangażowanych



10.28%

Food, Drink & Tobacco

Powtarzalność zakupów w kategorii wspiera konwersję

Dlaczego Newsletter Subscription działa? To moment najwyższego zainteresowania marką – klient właśnie podjął świadomą decyzję o chęci pozostania w kontakcie. Welcome flow musi wykorzystać ten moment, oferując wartość i budując relację od pierwszej sekundy.



Porzucony koszyk: odzyskiwanie utraconych przychodów

Scenariusz **Porzucony koszyk** to jedno z najskuteczniejszych narzędzi automatyzacji marketingowej. Pozwala ono przechwycić klientów w momencie wahania zakupowego i skutecznie nakłonić ich do dokończenia transakcji, odzyskując potencjalne stracone przychody.

	~8.5%		~7.2%
Fashion & Accessories		Electronics	
Wysoki impuls zakupowy i częste porównywanie produktów		Długi proces decyzyjny sprzyja porzuceniom, a przypomnienia są kluczowe	
	~6.8%		~6.1%
Home & Garden		Sports & Outdoor	
Produkty o wyższej wartości często wymagają dodatkowej zachęty		Wysoki potencjał na powrót dzięki ofercie komplementarnej	

Dlaczego Porzucony Koszyk działa? Klienci, którzy porzucili koszyk, już wykazali silną intencję zakupu — wybrali produkty, często dodali je do koszyka, a czasem nawet rozpoczęli proces płatności. Automatyzacja przypomina im o czekających przedmiotach i często zawiera zachęty, takie jak zniżki czy darmowa dostawa, aby pomóc im sfinalizować zakup.

Maksymalizuj przychody: kluczowe rekomendacje

Analiza danych jednoznacznie wskazuje trzy filary skutecznej strategii automatyzacji marketingowej. Koncentracja na nich pozwoli zmaksymalizować ROI i uniknąć rozproszenia zasobów.



Priorytet: WhatsApp

Najwyższa wartość na wiadomość (**14.60**) i open rate (**44%**). Każda złotówka zainwestowana w ten kanał zwraca się wielokrotnie.



Wzmocnij SMS

Wykorzystaj CTR **21.75%** do pilnych komunikatów: subskrypcje, powiadomienia o dostępności, porzucone koszyki.



Focus: TOP 6 scenariuszy

Nie rezygnuj z uruchomienia scenariuszy, gdzie jest największy potencjał konwersji.

Następne kroki: Rozpocznij od audytu obecnych kampanii, zidentyfikuj quick wins w migracji kluczowych scenariuszy do WhatsApp i SMS, następnie systematycznie optymalizuj scenariusz Powitaj nowych subskrybentów. Dane pokazują drogę – teraz czas na działanie.

