

Playbook

POSTONBOARDINGOWY



Spis treści

| | |
|---|-----------|
| Zasoby edrone | 3 |
| Must have na dobry początek | 5 |
| Cele marketingowe: | 8 |
| Ratowanie porzuconych koszyków | 9 |
| Budowanie bazy subskrybentów | 13 |
| Przywracanie klientów | 21 |
| Budowanie relacji z klientem poprzez wysyłkę newslettera | 25 |
| Zwiększenie wartości zakupowej koszyka | 33 |
| Budowanie świadomości marki | 41 |
| Złote rady i wskazówki | 46 |
| Raporty – wszystko, co musisz wiedzieć | 48 |
| Jak analizować dane i dbać o higienę Twojej bazy? | 55 |
| Słowniczek | 59 |

Zasoby edrone

Jesteśmy z Tobą
na co dzień i zapewniamy:



Wsparcie techniczne zespołu Service

3 linie kompetentnych specjalistów odpowiadających na zapytania od poniedziałku do piątku w godzinach 8-17 pod adresem hello@edrone.me



Transparentność i feedback

Zgłoś błąd lub podziel się pomysłem na usprawnienie systemu korzystając z Canny, do którego masz bezpośredni dostęp ze swojego konta.

[Przejdź do Canny](#)

...dla rozwoju i zyskujesz:



Darmowy dostęp do warsztatów, szkoleń i webinarów

W ciągu miesiąca masz do dyspozycji: 4 warsztaty praktyczne z systemu z wiedzą marketingową, 4 warsztaty strategiczne oraz raz w miesiącu webinar ekspercki z zakresu aktualnej wiedzy rynkowej.

[Weź udział](#)



Materiały Premium

Specjalnie dla Ciebie przygotowujemy

- kalendarz marketingowy,
- e-booki,
- materiały inspiracyjne,
- portfolio,
- regularnie aktualizowane szablony na specjalne okazje.

[Zobacz więcej](#)

...dla zwiększenia Twoich wyników!



Wsparcie specjalisty

Możliwość regularnych spotkań strategicznych i analiz konta z ekspertem z zespołu Customer Success.

[Umów spotkanie](#)



Twoje konto w rękach eksperta

Skorzystaj z usług dodatkowych, podczas których nasi specjaliści dzielą się swoją wiedzą i doświadczeniem.

[Sprawdź ofertę](#)

Dobre praktyki na etapie postonboardingu:

Logujesz się do systemu przynajmniej 1x na tydzień

Wysyłasz newsletter minimum 2x na miesiąc

Jesteś na etapie realizacji rekomendowanego celu postonboardingowego np. budowanie bazy subskrybentów

Śledzisz nowinki systemowe i ze świata e-commerce w poniedziałkowym newsletterze od edrone

Szlifyjesz swoje umiejętności z systemu podczas warsztatów on-line

Minimum raz na kwartał umawiasz się na spotkanie z analizą konta



Must have na dobry początek

TOP 3 scenariuszy, które warto mieć wdrożone

Czas na wejście do fascynującego świata edrone, gdzie potęga automatyzacji spotyka się z precyzją personalizacji. Cieszymy się, że chcesz odkrywać tajniki efektywnego wykorzystania edrone w swoim biznesie.

Poznaj strategie, które stanowią fundament skutecznego działania – scenariusze automatyzacji. Na samym początku Twojej podróży z edrone warto skoncentrować się na trzech kluczowych scenariuszach, a mianowicie: Przeglądanych Produktach, Porzuconych Koszykach i Rekomendacjach.

To właśnie one otwierają drzwi do skutecznej personalizacji i zautomatyzowanych działań, które przekładają się na wzrost konwersji i zadowolenie klienta.

Przygotuj się na głębokie zanurzenie w świecie scenariuszy automatyzacji edrone. **Gotowy/gotowa do ekscytującej podróży? Czas zacząć!**

1. Przeglądane Produkty

- Wykorzystaj ten scenariusz, aby zyskać możliwość wysyłania Twoim klientom spersonalizowanych sugestii produktów w postaci automatycznych przypomnień e-mail. To doskonałe rozwiązanie dla tych klientów, którzy niedawno odwiedzili Twój sklep, przeglądali asortyment, ale ostatecznie nie zdecydowali się na zakup. To rewelacyjny sposób na domknięcie lejka sprzedażowego!

Łap instrukcję i do dzieła!

Uruchom PRZEGLĄDANE PRODUKTY →

2. Porzucone Koszyki

- Porzucone Koszyki – to zjawisko dotykające wszystkie platformy e-commerce. Jest to koszmar dla właścicieli sklepów internetowych. Niektórzy z nich to po prostu akceptują i traktują jako element tego biznesu, takie “ryzyko zawodowe”. Dzięki wsparciu edrone, możesz skutecznie przeciwdziałać temu problemowi! Jak na prawdziwego superbohatera przystało – ratować każdy porzucony koszyk!

Łap instrukcję i do dzieła!

Uruchom PORZUCONE KOSZYKI →

3

Rekomendacje

Personalizacja to aktualnie coś, bez czego nie da się odnosić sukcesów w świecie e-commerce.

Oczekiwania klientów znacznie przerastają już zwykłą możliwość dokonania zakupu tego, czego potrzebują.

Bądź sprzedawcą, który rozumie potrzeby swoich klientów i jest w stanie zaskakiwać ich sugestiami produktów, których właśnie teraz potrzebują. Czy musisz czytać im w myślach? Niekoniecznie.

Wystarczy, że uruchomisz w edrone scenariusz

Rekomendacje, który dzięki wykorzystaniu Machine

Learning, uczy się, jakie rekomendacje będą najlepsze dla klientów i właśnie to im proponuje.

Łap instrukcję i do dzieła!

Uruchom REKOMENDACJE



Ratowanie porzuconych
koszyków

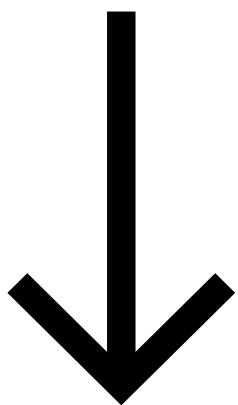
Budowanie Bazy
Subskrybentów

Przywracanie Klientów

Budowanie relacji z
klientem poprzez wysyłkę
newslettera

Zwiększanie
wartości zakupowej
koszyka

Budowanie świadomości
marki



**Cele
marketingowe:**

Ratowanie porzuconych koszyków

Jaki jest największy problem, z jakim borykają się przedsiębiorcy internetowi? 3...2...1...Porzucanie koszyków przez klientów!

To nie tylko kwestia odzyskiwania potencjalnych transakcji, ale także budowania trwałych relacji z klientami. Może się to wydawać zaskakujące, ale czas to zasób niezwykle cenny, a każda chwila zwłoki w procesie zakupowym może prowadzić do utraty interesu i przeniesienia uwagi gdzie indziej. Czas temu zaradzić!

Warto zauważyć, że ratowanie porzuconych koszyków to nie tylko próba odzyskania potencjalnej transakcji. To także szansa na zrozumienie klienta i dostosowanie oferty do jego indywidualnych potrzeb. Język, którym się posługujemy w procesie ratowania koszyków, staje się mostem komunikacyjnym, umożliwiającym nam dotarcie do klienta w kluczowym momencie i przekonanie go do sfinalizowania zakupu.



Czy wiesz, że...

Według badań Izby Gospodarki Elektronicznej, aż 44% osób porzucających koszyki chciałoby otrzymywać wiadomość przypominającą o niedokończonej transakcji?

Uratuj koszyki z edrone!



Cross selling

Ratuj porzucone produkty dzięki propozycjom produktów komplementarnych.

W scenariuszu cross-sellingowym możesz doprecyzować jakie kategorie produktowe klient dodał do koszyka, w wiadomości przypomnieć mu o finalizacji zamówienia plus podać bonusowo produkty, które na pewno mu się spodobają. Dwie pieczenie na jednym ogniu? Tak! Klient wraca do koszyka, ale również może dorzucić do niego nowe propozycje prosto z Twojego maila!

KruKam.pl
ZDROWA ŻYWNOSĆ

Tel 323070050
E-mail sklep@krukam.pl

STRONA GŁÓWNA NOWOŚCI PROMOCJE BESTSELLERY SKLEPY STACJONARNE HURT

Cześć!

Zauważyliśmy Twoje zainteresowanie naszą bestsellerową pastą orzechową :)
Poniższe zdrowe i słodkie przekąski, powinny Ci również zasmakować!

Jeśli masz ochotę dowiedzieć się więcej o naszych produktach, o ich właściwościach, wystarczy kliknąć **TUTAJ**.

Gwarantujemy:

- 👉 Wiele form płatności, odbioru i dostawy
- 👉 14 dni na zwrot produktu bez podania przyczyny
- 👉 Zamówienie wysyłamy max. do 48h

Sprawdź słodkie i zdrowe przekąski:

| | | |
|--------------------------------------|-------------------------------|-----------------------------------|
| | | |
| Truskawka liofilizowana plastery 60g | Malina liofilizowana cała 80g | Wiśnia liofilizowana potówki 120g |
| | | |
| Daktyle suszone 600g | Rodzynki sułtańskie 500g | Chipsy bananowe 400g |
| | | |
| Pistacje 250g solone | Płatki arachidowe 100g | Orzechy włoskie tuskane 500g |

Wchodzę na krukam.pl

Skonfiguruj cross-selling w 10 minut →

Exit Pop-up na koszyku

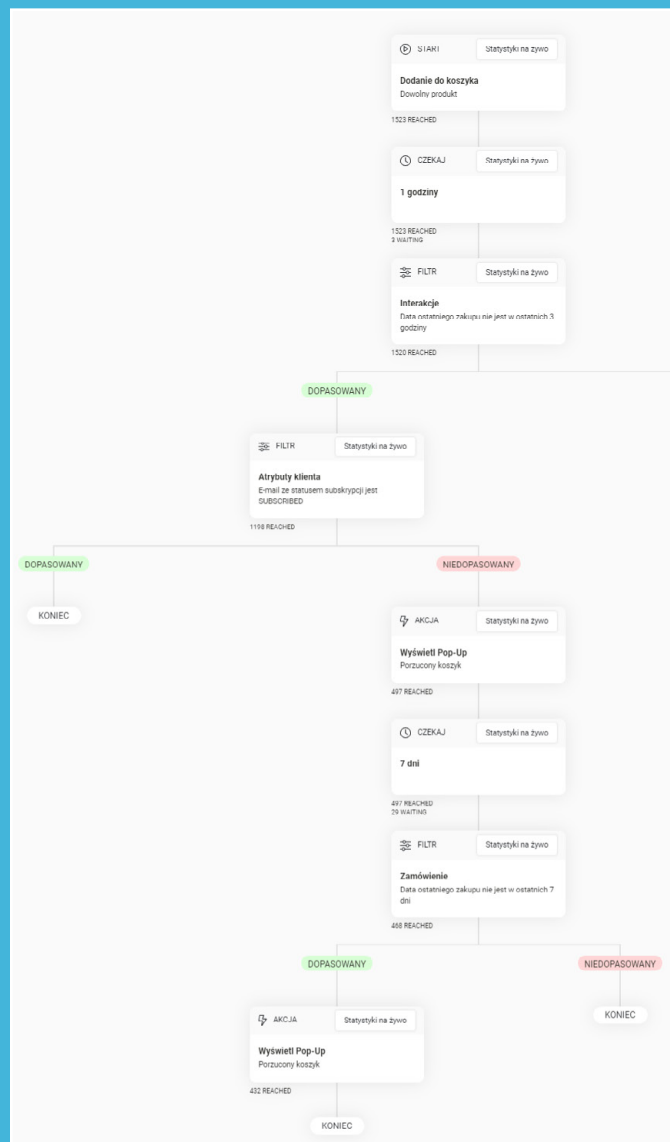
Twój klient jest już jedną nogą w procesie zakupu i coś go powstrzymuje od finalizacji? Zatrzymaj go na swojej stronie i przekonaj, że zakup Twoich produktów to najlepsza decyzja! Skonfiguruj exit pop-up na stronie koszyka, w którym możesz wyświetlić dodatkowy rabat lub przekonać klienta, by nie zwlekał z zakupem. Pamiętaj, że taki rodzaj pop-upu będzie wyświetlał się tylko na urządzeniach desktopowych.



Zobacz, jak przygotować pop-up →

Custom Flows

Co powiesz na customową misję ratunkową? Z Flows to możliwe! Masz możliwość zaangażować klienta bezpośrednio będącego na stronie sklepu - nie tylko dzięki komunikacji mailowej, ale również dzięki elementom oniste. Skonfiguruj flow do swoich subskrybentów w którym zamiast komunikacji mailowej wyświetlisz powiadomienie o porzuconym koszyku w popupie. Klient wcale nie musi być na stronie koszyka, by zobaczyć powiadomienie i szybko wrócił do pozostawionych w nim produktów!



Przygotuj swoje Custom Flow i ratuj koszyki →

Budowanie Bazy Subskrybentów

Czy zastanawiasz się, co zrobić, aby Twoje kampanie email marketingowe były skuteczne i efektywnie przekładały się na Twoje wyniki? Zadbaj o swoją listę mailingową! Posiadanie solidnej listy subskrybentów mailowych stwarza szereg korzyści zarówno dla klienta, jak i dla samego sklepu.

Poprzez regularne wysyłanie spersonalizowanych ofert, informacji o nowościach czy rabatach, utrzymujesz stały kontakt z klientem, co zwiększa szanse na powtarzalne zakupy. Klienci zazwyczaj preferują sklepy, które dbają o ich potrzeby i oferują im wartość!

Pamiętaj również o tym, że dostarczając istotne informacje na temat produktów, promocji, czy wydarzeń związanych ze sklepem, budujesz zaufanie i pozytywny wizerunek Twojej marki – w konkurencyjnym świecie e-commerce jest to na wagę złota!

Aktywny scenariusz “Zapis do newslettera”

Owszem! Być może jesteś już na tak zaawansowanym etapie, że ten scenariusz jest wdrożony na Twoim koncie, ALE, czy regularnie sprawdzasz jego skuteczność?

Jeśli, nie przejdźmy do wspólnej kontroli stanu zdrowia, tego scenariusza:

→ **Czy zbierasz zapisy do newslettera z miejsc takich jak: stopka na Twojej stronie głównej, checkbox’y – przy składaniu zamówienia i podczas rejestracji?**

→ **Ile wiadomości po zapisie do newslettera dociera do Twoich klientów?**

Warto przeprowadzić testowy zapis, aby sprawdzić, ile wiadomości dociera do klienta i czy nie pojawiają się konflikty z innymi źródłami zapisu np. z platformy.

→ **Czy zapis do newslettera pochodzi tylko z jednego źródła?**

Zaleca się korzystanie z jednego źródła do zbierania zapisów, aby uniknąć problemów z różnicami w bazie. Zbyt duża ilość wiadomości i różne źródła zbierania subskrypcji negatywnie wpływają na doświadczenie klienta i powodują diametralny spadek konwersji.

→ **Czy metoda *double opt in* jest skuteczna?**

Nasze analizy pokazują, że *wskaźnik* otwarć w modelu double opt-in to tylko 54,62%. Często klienci wdrażają double opt-in, jako domyślną opcję podczas wdrożenia, nie weryfikując później skuteczności tego modelu, co może prowadzić do utraty subskrybentów z powodu niepotwierdzonych wiadomości.

Model Single opt-in

- 3 razy więcej subskrybentów
- 2 razy krótsza ścieżka doświadczenia klienta
- 1 kliknięcie
- **START: Single opt-in włączone!**

Single opt-in to proces zapisu do newslettera, który wymaga tylko **jednego potwierdzenia** zapisu w formularzu na stronie www, bez konieczności dodatkowego potwierdzenia subskrypcji w wiadomości e-mail.

Redukuje liczbę kroków potrzebnych do zapisu (tylko jedno kliknięcie), co pozytywnie wpływa na **customer experience**. Zwiększa konwersję zapisu dzięki **uproszczonemu procesowi** (ścieżka skraca się dwukrotnie). **Minimalizuje ryzyko utraty subskrybentów** z powodu niepotwierdzenia zapisu, co umożliwia szybkie budowanie bazy subskrybentów.



Szybkie budowanie bazy, to znaczy?

Klienci, którzy zmienili model zapisu z double na single opt-in, odnotowali **trzykrotną poprawę tempa wzrostu** bazy subskrybentów. Innymi słowy ich bazy **wzrosły o 315%**.

Więcej na ten temat przeczytasz w artykule o „korzyściach przejścia na single opt-in”, a także w artykule czy „potrzebuję Double opt-in, by działać zgodnie z RODO.”

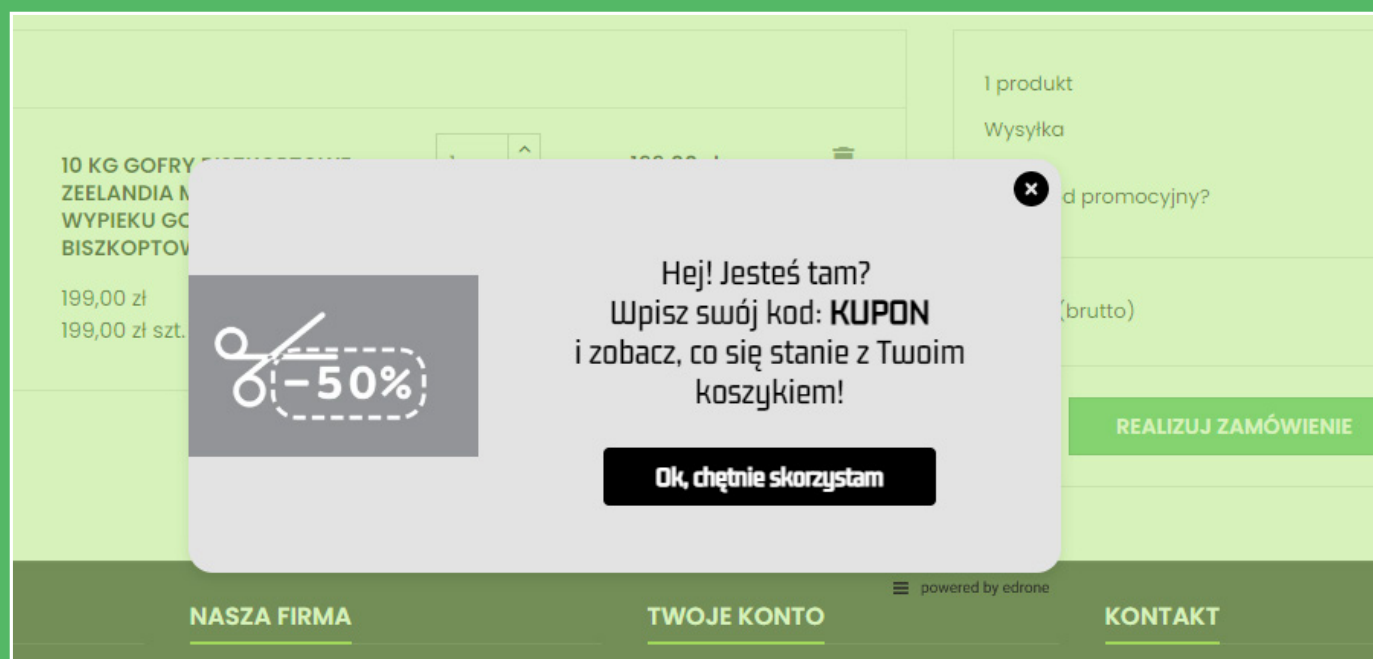
Więcej o korzyściach

Single opt-in, a prawo

Pop-up

Pop-upy, czyli oferowanie możliwości zapisu do newslettera na stronie, w formie wyskakującego okienka. Niby irytujące, ale jakie skuteczne!

Pop-upy pojawiają się bezpośrednio przed użytkownikiem, przyciągając jego uwagę i skupiając na konkretnej akcji, dzięki temu, mogą zwiększyć wskaźnik konwersji z zapisu do newslettera o 20-30%. Zainspiruj się i włącz pop up na swojej stronie.

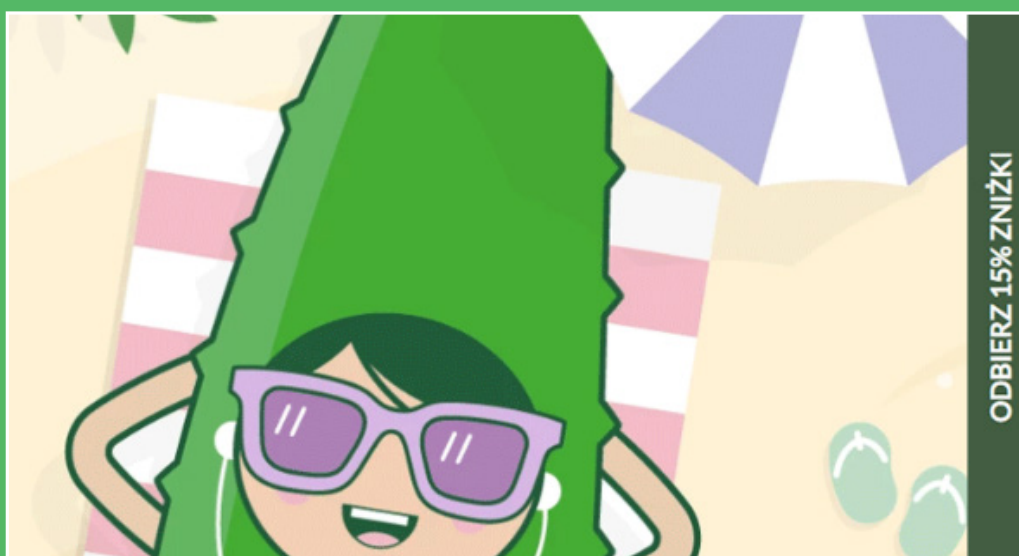


Poznaj inne zalety Pop-Up! →

Web Layer

Dostępny na stronie, dobrze widoczny zapis do newslettera sprawia, że klienci nie muszą opuszczać sklepu, szukać linków czy formularzy na zewnętrznych stronach!

Pomyśl o uruchomieniu Web Layera slidera, który w subtelny sposób będzie dostępny na stronie, aby móc z niego skorzystać w każdej chwili!

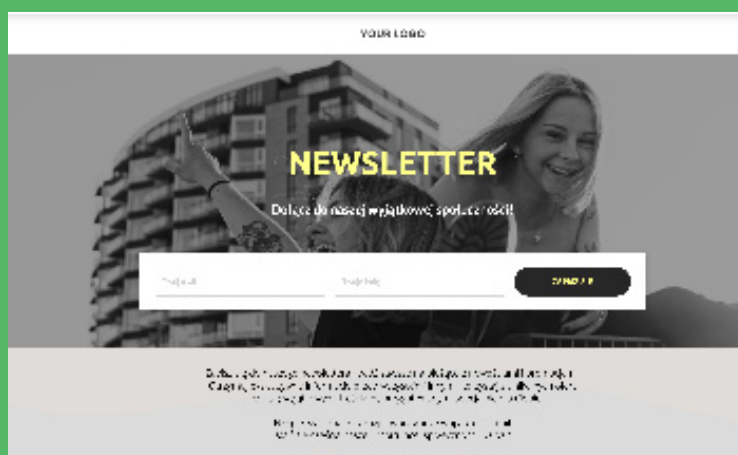
A screenshot of a newsletter sign-up form. The form is titled 'DOŁĄCZ DO SUBSKRYPCJI Odbierz 15% na pierwsze zakupy!'. It contains two input fields: 'Podaj imię' and 'Podaj e-mail'. Below these fields, there is a section titled 'ODBIERZ PREZENT W DNIU SWOICH URODZIN!' with three dropdown menus for day, month, and year (set to 1990). There are two checkboxes for consent: 'Wyrażam zgodę na przetwarzanie podanych powyżej danych osobowych w celu otrzymywania newslettera.' and 'Wyrażam zgodę na otrzymywanie informacji handlowych o wybranych produktach.' A 'WYŚLIJ' button is at the bottom. On the left side of the form, there is a vertical black banner with the text 'ODBIERZ 15% ZNIŻKI' in white.

O Web Layerze słów kilka... →

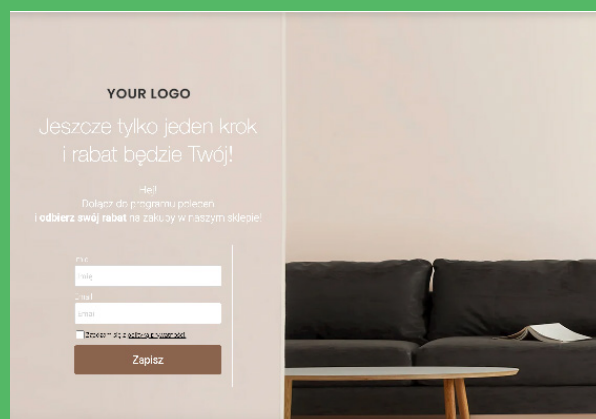
Landing page

Landing page to dedykowana **strona docelowa**, idealna do **zbierania subskrypcji**. Po zintegrowaniu narzędzia landingi.com z edronem, dane klientów zapisanych przez landing page **automatycznie się synchronizują**, umożliwiając efektywne zarządzanie bazą i personalizację komunikacji. Stronę docelową stworzoną w landingi.com możesz wykorzystać np. w programie poleceń od edrone, co pozwoli zwiększyć skuteczność kampanii.

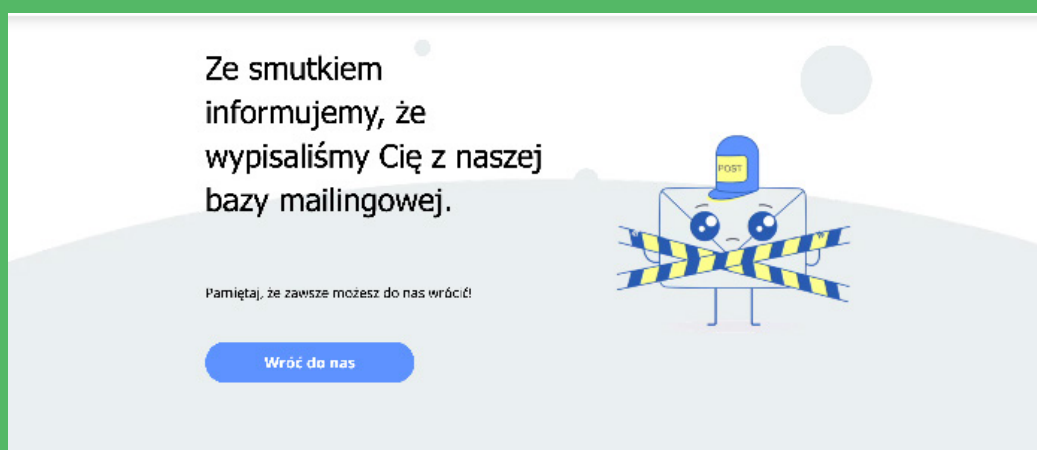
Zintegruj się →



← **POBIERZ**



POBIERZ →



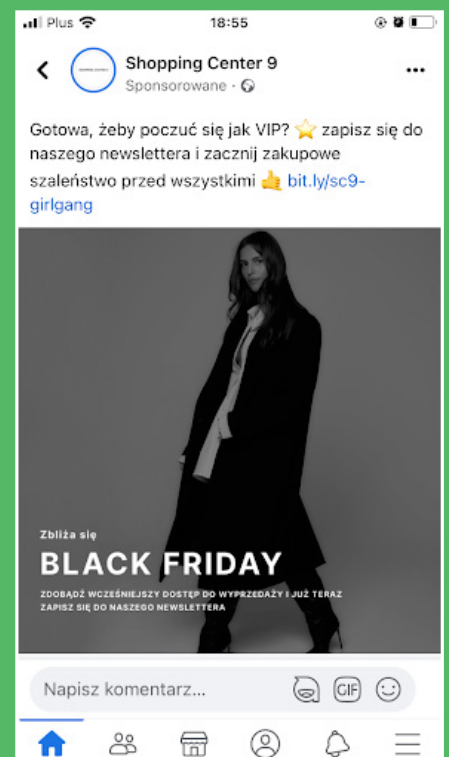
← **POBIERZ**

Promocja zapisu do newslettera w social media

Czy program poleceń to jedyna możliwość wykorzystania landing page? **A social media?** Niewykorzystanie tego kanału do budowania bazy mailowej przy aktywnym landingu, jest jak posiadanie pięknie zaprojektowanego sklepu z zamkniętymi drzwiami dla klientów.

Aż **73% marketerów** uważa, że budowanie bazy mailowej jest bardziej **efektywne i stabilne** w długoterminowej strategii marketingowej niż poleganie na platformach społecznościowych, do których łatwo można stracić dostęp lub doświadczyć ograniczeń w dotarciu do publiczności.

Przekształcenie obserwujących w bazę mailową zwiększa bezpieczeństwo i oszczędza czas oraz stres związany z kryzysami w social media. Baza mailowa pozwoli Ci na szybkie i skuteczne dotarcie do klientów w razie awarii.



Program poleceń

Program poleceń zachęca obecnych klientów do polecania produktów swoim znajomym i rodzinie, oferując nagrody za skuteczne polecenie. **Konwersje z poleceń mają wyższy wskaźnik konwersji (15-25%)** niż inne kanały marketingowe, ponieważ pochodzą od zaufanych osób.

To tylko 4 proste kroki, lecz pozwólmy by realizacja graficzna klienta, przemówiła za nas:



Zobacz, jak skonfigurować Program poleceń! →

Przywracanie Klientów

W dzisiejszym świecie e-biznesu, w którym konkurencja stale rośnie, przywracanie klientów staje się nieodłącznym elementem strategii sukcesu. Każda firma, niezależnie od branży, doświadcza momentów, w których klienci odchodzą. W takich sytuacjach kluczowym wyzwaniem staje się skuteczne przywrócenie tych klientów i odzyskanie ich zaufania. Jak tego dokonać? Mamy na to kilka sposobów!

Przywracaj klientów z edrone! →

Program lojalnościowy

Chcesz zwiększyć wartość zamówienia, przyciągnąć klientów z powrotem i sprawić, by byli zadowoleni - wszystko w jednym? To tutaj cały na biało wchodzi PROGRAM LOJALNOŚCIOWY od edrone!

Kto jest bardziej wartościowy niż zaangażowany klient? Ten, który wraca i robi coraz większe zakupy! Dzięki konfiguracji tego programu możesz zwiększyć wartość zakupów klienta, ustalając minimalną wartość zamówienia dla określonego progu rabatowego. Pamiętaj, każdy próg rabatowy to dodatkowe korzyści dla klienta!

Program lojalnościowy otwiera drzwi na powrót klientów do Twojego sklepu, umożliwiając budowanie trwałych relacji i zwiększanie wartości ich koszyków zakupowych!

Zobacz, jakie to proste! →

Cross selling

Cross-selling to odpowiedź na bardziej wyrafinowane potrzeby. Dzięki niemu sugerujesz klientowi zakup produktów, które chcesz promować, oferujesz dodatki do aktualnego zamówienia i jednocześnie przyciągasz klientów z powrotem do sklepu!

Nie tylko przywracasz klientów, ale także wpływasz na zwiększenie konwersji sprzedaży i budowanie świadomości marki! Brzmi świetnie, prawda?

Zacznij przygodę z cross-sellingiem! →

Custom Flow

Custom Flows to rozwiązanie dla nawet najbardziej wymagających oczekiwań. Tutaj kreujesz swoją własną, niepowtarzalną ścieżkę automatyzacji, gdzie jedna akcja wynika z drugiej!

Dzięki temu narzędziu możesz przypomnieć się klientom, którzy zapomnieli o Twoim sklepie, wysłać subskrybentom tajną promocję czy wyświetlić Pop-Up.

Custom Flows spełni wszystkie Twoje oczekiwania, wychodzące poza standardowe scenariusze automatyzacji.

Sprawdź więcej propozycji Custom flows! →

Budowanie relacji z klientem poprzez wysyłkę newslettera

Pozyskuj **subskrybentów!**

Personalizuj **wiadomości!**

Dopasuj **wartościowe treści!**

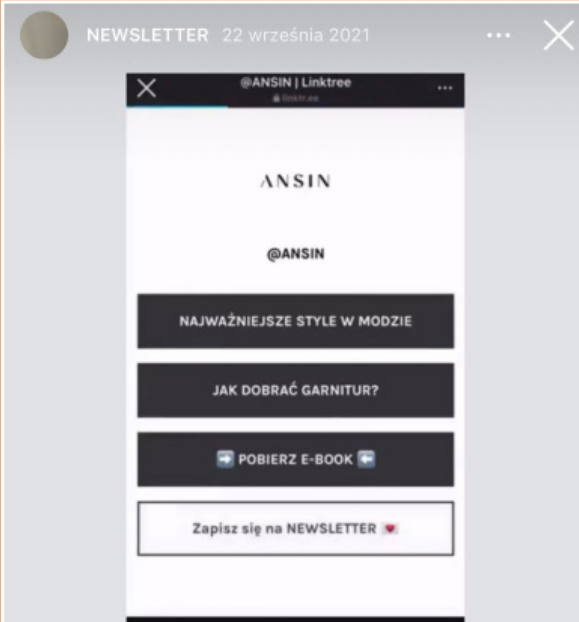
Dbaj o **regularność i terminowość!**

Buduj **zaufanie!**

Testuj, **monitoruj i analizuj!**

Pozyskuj subskrybentów

Promuj newsletter jako wartość dodaną swojego biznesu. Podkreślaj to we wszystkich kanałach komunikacji. Zachęć swoich obserwatorów do newslettera – wzrost subskrypcji gwarantowany! Jak można to robić? Po wysyłce newslettera daj znać np. na Instagramowym story, że na skrzynki subskrybentów właśnie wleciała zniżka. Udowodni to wartość bycia w gronie stałych odbiorców i benefity płynące z odczytywania maili od Twojej marki!



NEWSLETTER 22 września 2021

@ANSIN | Linktree

ANSIN

@ANSIN

NAJWAŻNIEJSZE STYLE W MODZIE

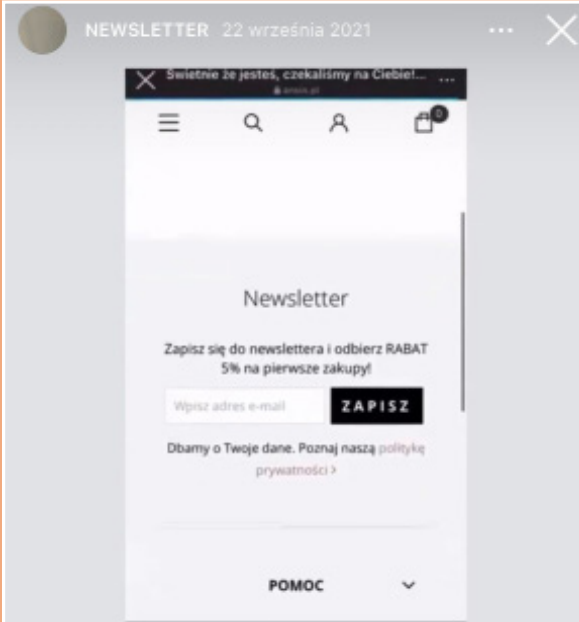
JAK DOBRAĆ GARNITUR?

POBIERZ E-BOOK

Zapisz się na NEWSLETTER

Zostaw nam swojego maila, potwierdź zapis do newslettera i **GOTOWE!**

ANSIN



NEWSLETTER 22 września 2021

Świetnie że jesteś, czekaliśmy na Ciebie!

Newsletter

Zapisz się do newslettera i odbierz RABAT 5% na pierwsze zakupy!

Wpisz adres e-mail **ZAPISZ**

Dbamy o Twoje dane. Poznaj naszą politykę prywatności >

POMOC

Zostaw nam swojego maila, potwierdź zapis do newslettera i **GOTOWE!**

ANSIN

Personalizuj wiadomości!

Użytkownicy lubią mieć poczucie, że zwracasz się do nich bezpośrednio. Używaj personalizacji w tytułach wiadomości, czyli np. tagu zaczytującego imię klienta! Możesz oddzielić go od reszty treści emotikonem, aby zabezpieczyć się, jeśli nie posiadasz imion niektórych klientów, ponieważ wówczas wyświetli się pusta przestrzeń!

PRZYKŁAD:

NIE :
czeka na
Ciebie niemała
niespodzianka!

TAK :
Anna 🧯 Czeka
na Ciebie niemała
niespodzianka!

Kolejną możliwością są elementy dynamiczne:

- można wykorzystać produkty, którymi interesował się klient
- możesz szybko i sprawnie wykorzystać BESTSELLERY z różnych kategorii, aby sprawić, że Twoja wiadomość będzie jeszcze bardziej atrakcyjna

Witaj Barbara

Od Twojej ostatniej wizyty wiele się zmieniło.
Wróć do nas i sprawdź nasze nowe produkty!

Cześć 🙌

Kontaktujemy się z Tobą, ponieważ dbamy o najwyższy standard świadczonych przez nas usług.

Dopasuj wartościowe treści!

Dbaj o różnorodność contentu! Treści sprzedażowe przeplataj z inspiracjami i poradnikami – pozycjonuj się jako ekspert w swojej dziedzinie! Co to oznacza w praktyce?

Dodaj do swojego newslettera dodatkową korzyść.

Przedstaw bliżej swój produkt, wymień jego zalety, podaj wskazówki dotyczące efektywnego użytkowania. Pochwal się contentem, jaki tworzy twoja marka – posiadasz np. e-booka? Wyślij go w newsletterze jako prezent dla Twoich subskrybentów w podziękowaniu za wspólne budowanie społeczności!



hagi

DLA TEBIE DLA TWOJEJ SKÓRY DLA TWOJEJ WŁOSÓW ŚWIETLI PROMOCJE O NAS

testuj

Do każdego zamknięcia - 7 dniowa kuracja nawilżająca z keratyną SMART D! kod: ZIMA

haci do sklepu >

Odkryj kosmetyki SMART, które idealnie pasują do kuracji nawilżającej!

Łagodząca esencja-tonik SMART B!

Używaj jako łagodzący tonik przed nałożeniem ulubionego serum i kremu lub jako nawilżającą mgiełkę w ciągu dnia!

chcę ją >

kwas ferulowy + witamina C

Serum SMART C!

Wygłokowe serum przywracające skórze naturalne gwoź!

Mleczna formuła dzień rozświetla skórę oraz chroni przed przyspieszającymi starzeniem wolnymi rodnikami!

to też dla mnie >



CottonMarket

POŁÓŻ KOD WYBÓR WYMIAR MATERIAŁOWA DOPINA

JAK POŚCIELIĆ ŁÓŻKO?

Czas! first name test

Ścielecie łóżka może wydawać się zadaniem łatwym na pierwszy rzut oka. Wystarczy tylko przybrać pościel kolor w odpowiednim kolorze, który pasuje do wystroju wnętrza i gotowe. Jednak są takie proste zadania, które wydają się łatwe, a jednak nie są. Jednym z nich jest wybór koloru pościeli, który pasuje do wystroju wnętrza. Jednak są takie proste zadania, które wydają się łatwe, a jednak nie są. Jednym z nich jest wybór koloru pościeli, który pasuje do wystroju wnętrza. Jednak są takie proste zadania, które wydają się łatwe, a jednak nie są. Jednym z nich jest wybór koloru pościeli, który pasuje do wystroju wnętrza.

Chcesz dowiedzieć się, jak pościelić łóżko i podać sposoby na porządek w sypialni? Przeznacz nasz artykuł na blogu

Wpisz w wyszukiwarkę

Poznaj nasze nowości wśród pościeli!

Dbaj o regularność i terminowość!

Zapewnij efektywność Twoich kampanii newsletterowych!
Terminowość i regularność wysyłek kampanii newsletterów to klucz do utrzymania silnego związku z Twoimi odbiorcami.

DLACZEGO to takie istotne?

Zaangażowanie Klienta:

Regularne, spodziewane wiadomości utrzymują zainteresowanie odbiorców. To jak z dobrym serialem – chcesz, aby Twoja historia rozwijała się w regularnych odcinkach.

Budowanie marki i unikanie zapomnienia:

Stała obecność i regularne kontakty buduje rozpoznawalność marki i eliminują ryzyko, że Twoja firma zostanie zapomniana.

Z każdym newsletterem przypominasz klientom o swoim istnieniu, wzmacniając tym samym pozycję w ich świadomości. Dzięki stałej komunikacji stajesz się bardziej realnym elementem ich życia.

Sprzedaż i konwersje:

Planowane i przemyślane kampanie pozwalają dostosować treści do określonych momentów, np. sezonów czy świąt, co zwiększa szanse na skuteczną sprzedaż. Tym samym pozycję w ich świadomości. Dzięki stałej komunikacji stajesz się bardziej realnym elementem ich życia.

Warto zwrócić uwagę na:

→ **Zaangażowanie Klienta:**

Dostosuj częstotliwość do specyfiki branży i preferencji odbiorców.

→ **Personalizację treści:**

Dostosuj treści do segmentów odbiorców, co zwiększy ich zaangażowanie.

→ **Testy optymalizacyjne:**

Badaj skuteczność różnych terminów i częstotliwości wysyłek, dostosowując strategię do reakcji użytkowników.

→ **Terminowość i stałość w komunikacji:**

To klucz do skutecznych kampanii, które budują trwałe relacje i generują pozytywne rezultaty.

Buduj zaufanie!

Zaufanie: Kluczowy Element Kampanii Newsletterowych

W dzisiejszym świecie pełnym informacji budowanie zaufania staje się kluczowym elementem skutecznej strategii marketingowej. W kontekście kampanii newsletterowych zaufanie jest jak solidna podstawa, na której opiera się długotrwały i owocny związek z odbiorcami.

- **Personalizacja i relewantność:** Twoje newslettery powinny być skrojone na miarę potrzeb Twoich odbiorców. Dzięki personalizacji Twoje komunikaty stają się bardziej wartościowe i zrozumiałe dla odbiorców.
- **Dostarczanie wartości:** Nie bombarduj swoich subskrybentów bezwartościowymi treściami. Newslettery to nie tylko promocje, ale również cenne informacje, porady czy inspiracje. Bądź postrzegany jako partner, który nie tylko oferuje produkty, ale także dba o rozwój i satysfakcję swoich odbiorców.
- **Opinie i recenzje:** Opinie Twoich odbiorców są dla nas cenne. Publikujemy recenzje i referencje, co pomaga budować zaufanie poprzez autentyczne doświadczenia innych klientów. To potwierdzenie jakości naszych produktów i usług.

Budowanie zaufania w kampaniach newsletterowych to nie tylko kwestia skuteczności marketingowej, ale również tworzenia trwałych relacji z Twoją społecznością. Bądź gotowy dostarczać nie tylko produkty, ale również wartości, co sprawi, że Twoja komunikacja stanie się dla Twoich odbiorców nieodłącznym elementem ich codziennego doświadczenia.



Testuj, monitoruj i analizuj!

Testowanie, monitorowanie i analizowanie wyników kampanii newsletterowych to kluczowe elementy sukcesu w dzisiejszym świecie marketingu online. Dlaczego warto się nimi zająć?

- **Optymalizacja wyników:** Dzięki testowaniu różnych elementów kampanii, takich jak nagłówki, treści czy CTA, możemy dostosować nasze działania do preferencji naszej publiczności, co przekłada się na lepsze wyniki i wyższe wskaźniki konwersji.
- **Precyzyjne monitorowanie:** Śledzenie danych na bieżąco pozwala nam na szybką reakcję na zmiany i możliwość dostosowania naszej strategii w razie potrzeby. To kluczowy element w utrzymaniu konkurencyjności na rynku.
- **Lepsze rozumienie klienta:** Analizując wyniki kampanii newsletterowych, możemy zgłębić preferencje i zachowania naszych odbiorców, co pozwala nam na lepsze zrozumienie ich potrzeb i lepsze dopasowanie naszych działań marketingowych.
- **Oszczędność zasobów:** Poprzez eliminację nieefektywnych działań i skoncentrowanie się na tych, które przynoszą najlepsze rezultaty, możemy zoptymalizować nasze budżety marketingowe i uzyskać większy zwrot z inwestycji.

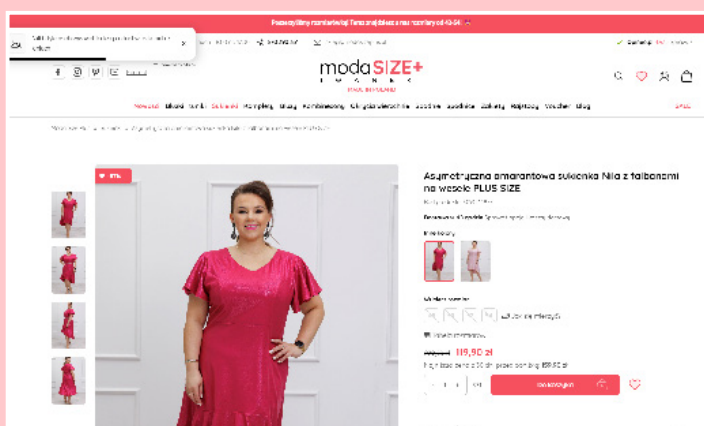
Zwiększanie wartości zakupowej koszyka

Sposobów na zwiększenie wartości koszyka w e-sklepie jest naprawdę wiele. Zaufanie do Twojej marki jest istotnym czynnikiem decydującym o tym, że klienci są skłonni wydać więcej u Ciebie niż u konkurencji. Pomyśl o wprowadzeniu dodatkowych możliwości zwiększania wartości koszyka zakupowego i przekształć zwykłe zakupy w niezapomniane i niezwykle doświadczenia!

Zobacz, jakie pomysły przygotowaliśmy dla Ciebie, które sprawiają, że zakupy będą nie tylko koniecznością, ale i prawdziwą przyjemnością dla Twoich klientów!

Social proof

Social proof, czyli społeczny dowód słuszności, wykorzystuje zachowania innych klientów, przez co może istotnie wpłynąć na decyzje zakupowe niczym influencerzy w mediach społecznościowych, którzy potrafią efektywnie zwiększyć sprzedaż dzięki promowaniu różnych produktów.

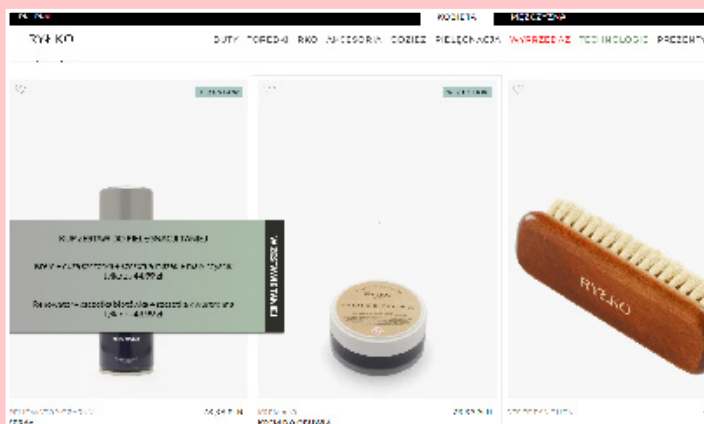


Widget social proof w edrone, wywołujący efekt FOMO (ang. Fear of Missing Out), pomaga przekonać klientów, że inni już pokochali dane produkty, co może motywować do ich zakupu inne osoby.

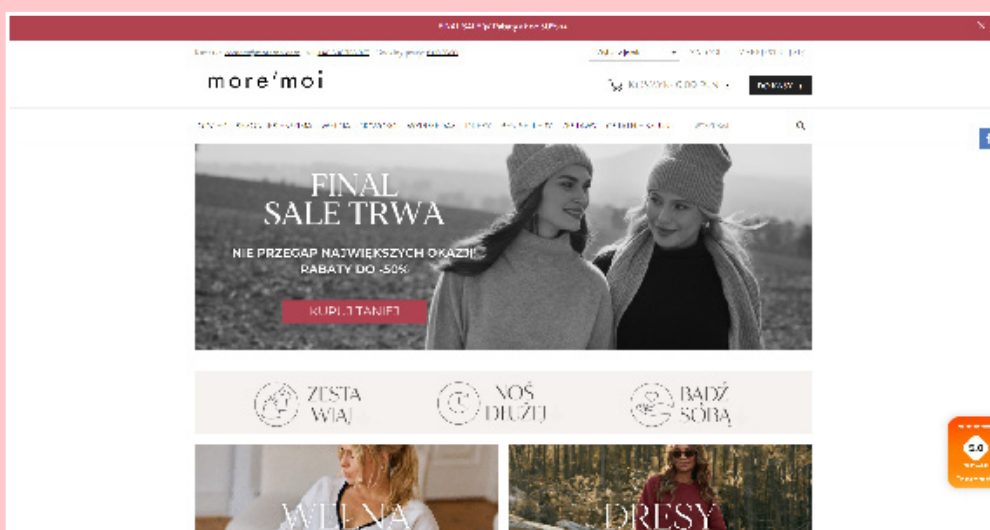
Uruchom Social Proof →

Web Layer

Zwiększaj wartość koszyka zakupowego poprzez dynamiczne wyświetlanie promocji, ofert specjalnych i rekomendacji produktów. Web Layer może skutecznie zachęcać klientów do dodania dodatkowych produktów do koszyka.



Web Layer może sugerować klientom skorzystanie z dodatkowego kodu rabatowego w odpowiednim miejscu i w odpowiednim czasie (np. na etapie składania zamówienia), czy też informować o korzystniejszej ofercie w zestawie, co może prowadzić do większych zakupów.



Dodatkowo, Web Layer może informować klientów o darmowej wysyłce przy zakupach powyżej określonej kwoty, co zachęca do dodawania produktów do koszyka, aby skorzystać z promocji. Może także zwracać uwagę klientów na trwające wyprzedaże.

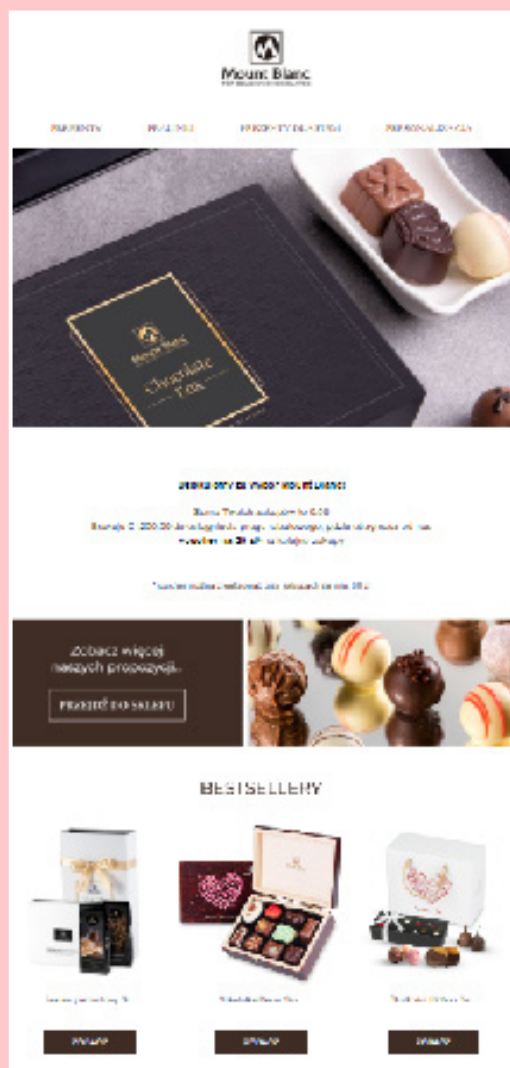
Uruchom Web Layer →

Program lojalnościowy

To świetna metoda zwiększania wartości koszyka zakupowego oraz budowania świadomości marki, co wzmacnia lojalność klientów i skłania ich do częstszych zakupów.

Program lojalnościowy motywuje klientów do częstszych zakupów i zwiększania wartości koszyka, ponieważ każde z tych działań przybliża ich do otrzymania nagrody.

Pamiętaj, aby dobrze przemyśleć Twój program lojalnościowy i dostosować jego warunki do zachowań zakupowych klientów w Twoim sklepie.



Uruchom Program Lojalnościowy →

Cross selling

Proponuj klientom produkty dodatkowe lub powiązane z ich wcześniejszymi zakupami w Twoim sklepie. Sugerowanie produktów uzupełniających lub powiązanych może skutecznie zachęcić klientów do dodatkowych zakupów. Na przykład, jeśli klient kupi kamerę, możesz zaproponować etui, dodatkowe baterie lub kartę pamięci w mailu, który otrzyma po dokonaniu zakupu.



The screenshot shows a website interface for 'KŁOCKI' (wooden blocks). At the top, there are navigation buttons for 'NOWOŚCI', 'RECYKLEDY', and 'PROMOCJE'. Below is a main image of various colored wooden blocks. Underneath the image, there is a section titled 'Kłocki' with a description: 'Kłocki stanowią bardzo łatwy element w budowaniu dziecka. To dzięki nim maluch, od najmłodszych lat, uczy się kształtów, kolorów, wielkości i porządku.' Below this, there is a note: 'Wzajemnie uzupełniające się elementy pozwalają na wiele kombinacji.' There are also two lines of text regarding availability: 'Ilości nie dostępne? Sprawdź dostępność tutaj.' and 'Jeśli nie ma możliwości zamówienia, prosimy o kontakt z naszymi specjalistami.' At the bottom, there are four product cards for different storage containers: 'Korzybnik workowy na kłocki 30x40 cm', 'Korzybnik Coolma 18 L (przezroczysty)', 'Korzybnik Coolma 18 L (żółty)', and 'Korzybnik Coolma 18 L (pomarańczowy)'. Each card has a 'Zobacz produkt' button. At the very bottom, there is a 'Zobacz więcej pojemników' button.

Dzięki temu nie tylko wartość pojedynczego koszyka rośnie, ale również klient czuje się bardziej zaspokojony, widząc kompletny zestaw produktów, który może spełnić jego potrzeby.

Uruchom Cross-Selling →

Rekomendacje

Spersonalizowane rekomendacje to skuteczna strategia zwiększania wartości koszyka w sklepie e-commerce. Dzięki wykorzystaniu Machine Learning, sklep może dostarczać spersonalizowane propozycje produktów, które są najlepiej dopasowane do indywidualnych potrzeb klienta.

Takie rekomendacje mogą klienta skutecznie zachęcić do dokonywania dodatkowych zakupów poprzez sugerowanie produktów, które mogą go zainteresować.

Tego typu działanie nie tylko zwiększa wartość koszyka, ale także buduje zaufanie i lojalność klienta wobec sklepu poprzez dostarczanie spersonalizowanych i wartościowych doświadczeń zakupowych.

The screenshot shows a recommendation section from an e-commerce website. At the top, there is a logo for 'Kos. on. Tędy Internetowy'. Below it, the main heading reads 'Urządzenia do domowego SPA' and 'Dermokosmetyki z kwasami, retinolem i witaminą C'. A woman's face is partially visible on the right side of the image. In the center, there is a collection of various skincare and spa products, including bottles, pumps, and devices. Below the main heading, there is a block of text in Polish: 'Twoja skóra czeka na cię! Niech nic nie zakłóca Twojej skóry. To prosta sprawa! Oczyszczaj, odżywaj, złuszczać i odżywiać się naszymi produktami. Oczyszczaj, złuszczać i odżywiać się naszymi produktami. Oczyszczaj, złuszczać i odżywiać się naszymi produktami. W podjęciu decyzji o tym, jak cię? Wiesz, jak! Sprawy, co dla Ciebie mamy.' Below this text, there are four product recommendations arranged in a 2x2 grid. Each recommendation consists of a product image and a short title: 'Skóra: immunocyta...', 'Nawilżająca: regener...', 'Zestaw: krem od abp...', and 'Zestaw: kosmetyków a...'. The background of the recommendation area is white, and the overall layout is clean and professional.

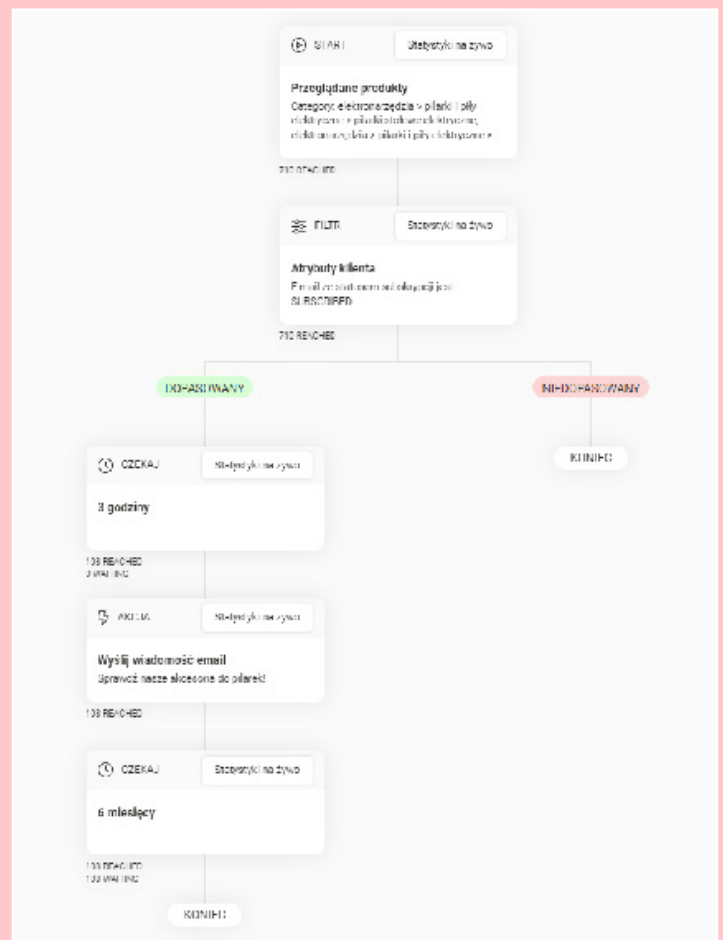
Uruchom Rekomendacje →

Custom Flows

Dzięki możliwości segmentacji klientów na podstawie wartości zamówień, Custom Flows umożliwia wysyłanie spersonalizowanych wiadomości oraz zachęca klientów do częstszych i większych zakupów. Tworząc unikalną ścieżkę scenariusza automatyzacji w postaci schematu blokowego, czyli swego rodzaju drzewka, sklep może dostarczać klientom indywidualne rekomendacje produktów i oferty, które są najlepiej dopasowane do ich potrzeb.

Rezultatem wykorzystania Custom Flows w Twoim sklepie jest wzrost średniej wartości zamówienia oraz przychodów sklepu.

Ważne jest zachowanie przejrzystości i unikanie nakładania się Custom Flows na istniejące scenariusze automatyzacji poprzez odpowiednie zastosowanie filtrów.



Uruchom Custom Flows →

Budowanie świadomości marki

Czy wiesz, że badania wyraźnie pokazują, iż dzieci w wieku przedszkolnym stają się coraz bardziej świadome istnienia różnych marek? To zjawisko ilustruje, że trudno jest uniknąć wpływu reklamowego i komunikatów podprogowych nawet wśród najmłodszych ludzi.

Kiedy konsumenci stają przed szerokim wyborem, zazwyczaj decydują się na markę, którą dobrze znają i której ufają.

Ciekawostka!

Według badań przeprowadzonych przez Biostat, aż 87,1% klientów zwraca uwagę na to, jakiej marki jest produkt, który zamierzają zakupić.

Świadomość marki jest jednym z głównych atutów, które marka może zbudować. Wysoki poziom rozpoznawalności może zwiększyć wartość produktu lub usługi i zapewnić firmie przewagę konkurencyjną. Zaczynamy? 🚀

Buduj świadomość marki z edrone! →

Wiadomości wielokrotne

Wiadomości wielokrotne stanowią doskonały sposób na budowanie trwałych relacji z klientami oraz zwiększanie świadomości marki! Są one dostępne w ramach opcji subskrypcji newslettera. Klient otrzyma te wiadomości po dołączeniu do grona subskrybentów.

Możesz skonfigurować nawet do czterech wiadomości i dostosować czas ich wysyłki. W przypadku braku ustalonej godziny wysłania, termin dostarczenia będzie zależał od potwierdzenia subskrypcji przez odbiorców.

To świetne miejsce, aby przekazać informacje o misji firmy, opowiedzieć o jej początkach i przedstawić członków zespołu, w tym Wasze profile w mediach społecznościowych. Możesz tu także zachęcić klientów do udziału w programie poleceń.

Perfumy.pl

PROMOCJE NOWOŚCI BESTSELLERY

POZNAJ NASZ PROGRAM POLECEŃ
ZYSKASZ DODATKOWĄ ZNIŻKĘ ZA POLECENIE NASZEGO SKLEPU

POZNAJ ZAŚADY:

1. PRZEŚLIJ PONIŻSZY LINK DO SWOICH PRZYJACIÓL.
2. ZACHĘCIŁIŚ DO ZAPISU DO PROGRAMU POLECEŃ, A W RAMACH PREZENTU OTRZYMAJĄ ZNIŻKĘ -20 ZŁ.
3. JEŚLI TWOJE PRZYJACIELI DOKONA ZAMÓWIENIA W PROGRAMIE POLECEŃ, TY RÓWNIEŻ OTRZYMASZ OD NAS NAGRODĘ O WARTOŚCI 20 ZŁ NA NASTĘPNE ZAKUPY*

* MINIMALNA WARTOŚĆ ZAMÓWIENIA TO 100 ZŁ

Wyślij poniższy link do swoich przyjaciół:
https://perfumy.pl/?e_rel=017c0cad0478efc0c019

Poleć. Bezpieczna dostawa.
Laquea Your words perfumowana 100 ml

Hot 50C For - 175 ml woda toaletowa 100 ml 11521124

ARMODO

NOWOŚCI DUTY DAMSKIE DUTY MĘSKIE DUTY DZIECIĘCE TORBKI

Poznaj historię wyjątkowych butów

Marka **Muciejka** ma swoje korzenie w latach 50. XX wieku, kiedy zrodziła się idea tworzenia **wyjątkowych butów podkreślających ich indywidualność**. Latami Przez lata konsekwentnie tworzy obecnie z pasją i dbałością o detale, co nadaje mu wyjątkowy charakter.

Łączna praca rzemieślników oraz wysokej jakości materiałów zapewniają komfort użytkowania. A bogata paleta wzorów i kolorów pozwala każdej kobiecie znaleźć swój styl. Buty Muciejka są diadymowaną kandydantką na idealną rolę oryginalności i pewność siebie.

Odwiedź nasz sklep i odkryj obuwie o wyjątkowym designie już dziś!

[Przejdź do sklepa](#)

Porównaj się zainspirowań:

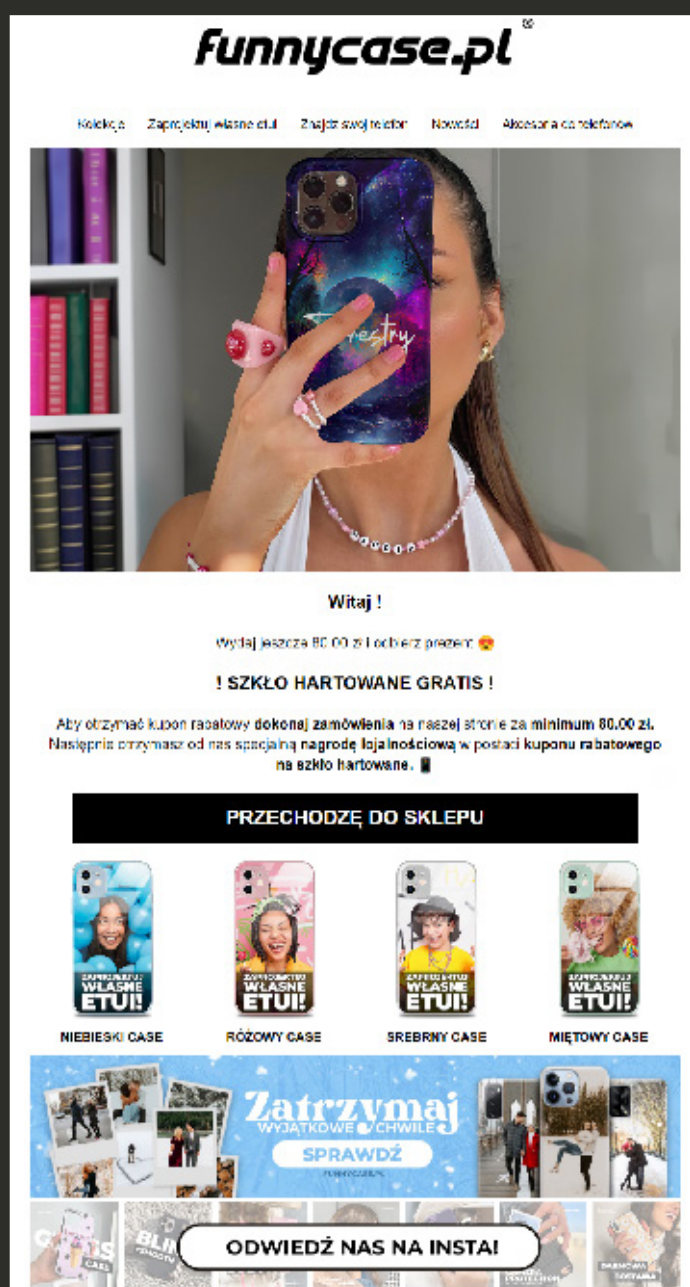
| | | |
|----------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| | | |
| Kolorowe Buty Muciejka | Płaskie Głównie Muciejka | Czerwone Buty Muciejka |
| Sprawdź >> | Sprawdź >> | Sprawdź >> |

Uruchom wiadomości wielokrotne w Zapisie do Newslettera!

Program lojalnościowy

Klienci, którzy uczestniczą w programie lojalnościowym, otrzymują dostosowane oferty, rabaty i nagrody, co sprawia, że klienci czują się docenieni i związani z marką.

Dzięki programowi lojalnościowemu możesz zwiększyć szanse na powrót klientów, zbudować trwałe relacje, rozwijać świadomość marki i zwiększyć wartość życiową klientów.



The screenshot shows the homepage of funnycase.pl. At the top, there is a navigation menu with links: Kolekcja, Zaprojektuj własne etui, Znajdź swój telefon, Nowości, and Akcesoria do telefonów. Below the menu is a large image of a woman holding a phone with a custom case. The text below the image reads: "Witaj!", "Wydaj jeszcze 80,00 zł i otrzymaj prezent 🎁", and "! SZKŁO HARTOWANE GRATIS!". A sub-headline says "Aby otrzymać kupon rabatowy dokonaj zamówienia na naszej stronie za minimum 80,00 zł. Następnie otrzymasz od nas specjalną nagrodę lojalnościową w postaci kuponu rabatowego na szkło hartowane." Below this is a black button labeled "PRZECHODZĘ DO SKLEPU". Underneath are four phone cases: "NIEBIESKI CASE", "RÓŻOWY CASE", "SREBRNY CASE", and "MIĘTOWY CASE". At the bottom, there is a banner for "Zatrzymaj WYJĄTKOWE W CHWILĘ" with a "SPRAWDŹ" button, and a "ODWIEDŹ NAS NA INSTA!" button.

Stwórz scenariusz Program lojalnościowy! →

Program poleceń

Uruchom scenariusz Program Poleceń i nagradzaj klientów za polecanie Twojego sklepu. Wygeneruj dla Twoich klientów link polecający i nakłoń klientów do przekazania go do swoich znajomych. Po potwierdzeniu zapisu kod rabatowy otrzyma klient polecający oraz polecany. Tutaj nie ma przegranych, wygrywasz Ty i Twoich minimum dwóch klientów!

Wdrożenie tego scenariusza pozwala klientom dzielić się pozytywnymi doświadczeniami z innymi, co przekłada się na wzrost bazy klientów. Nagradzasz klientów za polecenia, co dodatkowo zwiększa zaangażowanie i lojalność!

Im więcej klientów wie o Twoim sklepie, tym większą świadomość marki jesteś w stanie zbudować!



Zainspiruj się! →

Scenariusz urodzinowy

Chyba każdy z nas lubi, gdy ktoś pamięta o naszych urodzinach, prawda?

Miło jest dostać życzenia bądź upominek w tym dniu 😊

Uruchom scenariusz Urodzinowy, ustaw parametry w sekcji dostosuj, gdzie zadecydujesz czy klient ma otrzymać wiadomość w dniu urodzin, czy kilka dni przed a dzięki temu zbudujesz świadomość marki poprzez lojalizację klientów!

Witaj

Naszemu wiału dzień!

Dzień urodzin!

Chcemy życzyć i wesołym śmiechom, góry zabawy, oceanu radości i misia pełnego usmiechu 😊

Niech ten i każdy inny dzień będą pełne kolorów i miłości!

Z tej okazji mamy dla Ciebie prezent — oto kod rabatowy na zakupy w naszym sklepie:

KOD: 20240104-1196

Udanych zakupów!

[Przejdź do sklepu](#)

NASZE BESTSELLERY

Cyber Solution X-Fix Fc16tk
Samochodowy 15-50kg, Fura
Black

Zobacz

Nosilca Pro Elektryczny Aspiator
całkowicie czarna

Zobacz

Nosilca Pro Zestaw Akcesoriów do
Aspiatora Blue

Zobacz

Zobacz, jak skonfigurować Scenariusz Urodzinowy z naszym specjalistą! →

Złote rady i wskazówki dotyczące działania w systemie

Aby sprawnie działać w edrone, warto zadbać o optymalizację konta! Poznaj nasze złote rady dotyczące działania w systemie:

- 1. Zadbaj o zmianę tytułów maili** przynajmniej raz na kwartał.
- 2. Sprawdź, czy Twoje wiadomości posiadają preheader**, czyli ciąg dalszy tekstu po temacie, widoczny w skrzynce odbiorczej.
- 3. Pamiętaj o atrakcyjności treści.** Optymalizuj zarówno treści na stronie internetowej, jak i treści używane w kampaniach marketingowych.
- 4. Zweryfikuj, czy wiadomości nie nakładają się na siebie** (tzn. czy kilka wiadomości nie wychodzi w jednym dniu o tym samym czasie).
- 5. Możesz ustawić limity globalne dla wiadomości automatycznych** w sekcji Ustawienia > Limity.

6. Przemysł, czy niektóre scenariusze nie wymagają transferu do CUSTOM FLOWS, aby trafiły do klienta w sposób bardziej personalny.

Przykład: przeniesienie scenariusza „Przełączanych produktów” do CUSTOM FLOWS i stworzenie ścieżki do konkretnej kategorii z wykluczeniem akcji dodania do koszyka.

7. Bądź elastyczny i dostosuj strategie marketingowe w miarę zmian w branży, zachowaniach klientów i trendach rynkowych.

8. Weryfikuj na bieżąco dane w raportach (o tym więcej dowiesz się w kolejnym rozdziale).

Najważniejsze, o czym warto pamiętać, to: optymalizacja konta w edrone jest procesem ciągłym. Monitoruj wyniki, ucz się z analizy danych i twórz strategie w taki sposób, aby utrzymać wysoką skuteczność kampanii marketingowych!

Raporty

W e-commerce analiza danych to jak prowadzenie własnego reality show. Codzienne przeglądanie raportów to nasze cotygodniowe odcinki, trzymające naszych „widzów” w napięciu. Ale od czasu do czasu musimy zorganizować wielki sezonowy finał, gdzie analizy stają się naszym show biznesowym twistem. To trochę jak szukanie skarbów w danych – im bardziej się w nie wniknie, tym większe są emocje i niespodzianki. Więc przygotujmy się na emocjonujący sezon naszego e-commerce reality show, gdzie analiza danych to nasza specjalna trasa przygód!

Dlaczego warto badać dane w e-commerce?

→ **Lepsza reklama, lepsze wyniki:**

Analiza danych pomaga zrozumieć, co Twoich klientów naprawdę interesuje. Dzięki temu dostosujesz swoje komunikaty do konkretnych grup ludzi, co ostatecznie przekłada się na skuteczniejszą strategię marketingową.

→ **Przyjazne zakupy online:**

Analizując dane, można zidentyfikować miejsca, w których klienci napotykają trudności podczas przeglądania sklepu, dokonywania zakupów lub płatności. Te informacje umożliwiają wprowadzenie zmian, które uczynią zakupy online bardziej intuicyjnymi i przyjemnymi dla klientów.

→ **Prostsze zakupy, większe zyski:**

Dane o tym, kiedy i dlaczego klienci rezygnują z zakupów, są bezcenne. Pomagają one zoptymalizować cały proces zakupowy, co przekłada się na większą liczbę zrealizowanych transakcji.

→ **Śledzenie postępów:**

Analiza danych pozwala śledzić, jak sklep radzi sobie pod względem wskaźników, takich jak liczba sprzedaży czy wartość koszyka zakupowego. Dzięki temu można szybko reagować na zmiany i podejmować decyzje, które poprawią wyniki biznesowe.

W automatyzacji jest coś pięknego – oszczędza Ci kłopotu z tropieniem każdego klienta, który bierze udział w różnych kampaniach i porusza się po różnych kanałach.

Żyłoby się naprawdę beztrąsko, gdyby wystarczyło ustawić wszystko raz i cieszyć się, że wszystko działa, jak należy. Jednak prawda jest taka, że ludzie się zmieniają, rynek się kręci, i nawet przy najlepszym planie zawsze znajdzie się coś do dostrojenia, żeby było jeszcze lepiej.

Jakie więc 3 podstawowe dane powinieneś analizować w edrone?

1. Analiza wskaźnika otwarć (OR)

■ Obserwowanie wskaźnika otwarć to sposób na ocenę skuteczności tematów i nagłówków wiadomości. Dzięki temu możesz dowiedzieć się, które tematy i nagłówki przyciągają uwagę odbiorców, generując większą ilość otwarć. Wykorzystując te informacje, możesz dostosować przyszłe kampanie, używając bardziej atrakcyjnych i angażujących tematów oraz nagłówków.

2. Analiza ilości kliknięć (CTR)

■ Zrozumienie ilości kliknięć w linki zawarte w wiadomościach pozwala określić, które treści i oferty są najbardziej interesujące dla odbiorców. Bazując na tych danych, możesz skupić się na dostarczaniu treści, które najbardziej przyciągają uwagę odbiorców i generują konkretne działania, takie jak zakupy czy rejestracje.

3

Analiza aktywności bazy odbiorców

Prześledzenie aktywności wśród bazy odbiorców pozwala zidentyfikować najbardziej aktywne i zaangażowane grupy. Możesz podzielić bazę odbiorców na segmenty, na przykład regularnych klientów, nowych użytkowników czy nieaktywnych odbiorców. Dzięki temu dostosujesz komunikację i oferty do każdego segmentu, zwiększając zaangażowanie i szanse na konwersje.

Gdzie znajdziesz najważniejsze wskaźniki swojej komunikacji w edrone?

Sekcja Engagement dashboard – tutaj możesz analizować:

- przychody z newsletterów
- przychody z automatyzacji
- ilość wysłanych wiadomości
- wysłane wiadomości push

Zobacz szczegóły sekcji →

Sekcja General Overview – tutaj zweryfikujesz:

- współczynnik wpływu
- częstotliwość zakupową
- wskaźnik Customer Lifetime Value
- całkowite przychody Twojego sklepu
- Average Order Value
- wzrost bazy subskrybentów

Zobacz szczegóły sekcji →

Sekcja raportów onsite – w niej sprawdzisz:

- statystyki osób zapisanych poprzez oniste
- ilość aktywnych elementów oniste
- wyświetlenia, kliknięcia, CTR danego elementu oniste
- przychody z Social Proof

Zobacz szczegóły sekcji →

Sekcja raportów inbox – jeśli posiadasz integrację z innymi kanałami komunikacji lub aktywny widget chatu możesz śledzić:

- ilość nowych wiadomości
- ilość wszystkich wiadomości
- średnia oraz ilość ocen konwersacji
- wyniki per danych agent

Zobacz szczegóły sekcji →

W powyższych sekcjach możesz zbiorczo prześledzić swoje wyniki określając konkretny zakres czasu. Pamiętaj, że masz również możliwość zweryfikować poszczególne raporty wybranej automatyzacji lub kampanii newsletterowej.

Raport dla pojedynczego scenariusza →

Raport dla kampanii newsletterowych →

W e-commerce, jak w świecie mody czy sportu, sukces zależy często od precyzyjnego dostrojenia strategii. Podobnie jak projektanci śledzą najnowsze trendy, a sportowcy analizują swoje umiejętności, tak i w biznesie online kluczowe jest regularne badanie danych.

Jak często jednak powinniśmy przeglądać nasze „raportowe trendy”, aby być na szczycie gry?

- 1. Regularnie optymalną częstotliwością jest 2-3 razy w tygodniu**, co pozwala na utrzymanie aktualnych informacji o działaniach marketingowych
- 2. Na bieżąco** – takie monitorowanie, pozwoli Ci szybko identyfikować zmieniające się trendy, nieskuteczne kampanie i problemy techniczne wpływające na skuteczność działań marketingowych.
- 3. Przynajmniej raz w miesiącu**, dzięki takiej częstotliwości ocenisz efektywność różnych kampanii, porównasz wyniki z różnych okresów i zidentyfikujesz długoterminowe trendy marketingowe.

4. Cyklicznie analiza danych powinna być procesem cyklicznym, obejmującym zarówno śledzenie bieżących wyników, jak i głębsze badania.

Analizuj i dbaj o higienę swojej bazy

Fundamentalnym elementem efektywnej komunikacji z klientami jest dobrze zbudowana baza mailingowa, o której wspominaliśmy już wcześniej. Jednakże, czy do osiągnięcia sukcesu wystarczy tylko zbierać adresy e-mail? To byłoby niestety zbyt piękne.

Jak pewnie wiesz, Google i Yahoo wprowadziły nowe standardy, zmieniając zasady gry dotyczące bazy mailingowej. Tu się świetnie sprawdzi powiedzenie “Jak dbasz, tak masz”, czyli im bardziej skupisz się na tajnikach utrzymania higieny bazy mailingowej, tym lepszą dostarczalność będziesz posiadać.

Niezależnie od tego, jaką bazę klientów posiadasz, sprawdź, jak uniknąć pułapek!

Oto checklista ułatwiająca dbanie o higienę Twojej bazy:

Upewnij się, że masz skonfigurowane wpisy SPF, DKIM

Zweryfikuj, czy masz ustawioną politykę DMARC na min "p=none"

Sprawdź, czy wysyłasz komunikację do klientów zaangażowanych i aktywnych, jeśli nie – dokonaj higienizacji

Czym jest higienizacja?



Sprawdź, czy we wszystkich Twoich e-mailach jest widoczny link do wypisu – czy działa poprawnie, czy wiadomość i każdy jej element jest wyświetlany w całości

Upewnij się, że wysyłasz właściwą komunikację, a klienci nie oznaczają Twoich wiadomości jako spam, liczba zgłoszeń nie może przekroczyć 0,3% w Google Postmaster Tool

Zobacz, jak zadbać o dostarczalność



Być może przyszło Ci do głowy takie pytanie... **Czy mogę zweryfikować jakość mojego maila?**

Odpowiadamy: Oczywiście, że tak! Pamiętaj, e-mail nadal pozostaje jednym z najważniejszych kanałów marketingowych. Aby osiągnąć sukces w dziedzinie email marketingu, niezbędne jest regularne monitorowanie skuteczności kampanii. W związku z tym proponujemy Ci korzystanie z platformy online, która umożliwi profesjonalistom sprawdzenie skuteczności swoich kampanii emailowych.

Dowiedz się więcej! →

Myślisz, że w tematyce dostarczalności powiedzieliśmy już wszystko? Na deser przedstawiamy jeszcze więcej porad, aby zwiększyć dostarczalność maili!

→ **Segmentacja bazy**

Wiadomości wysyłane do danych grup odbiorców są o wiele bardziej skuteczne niż te wysyłane masowo do całej bazy, prawda? Co za tym idzie, warto podzielić swoich odbiorców na mniejsze grupy i wysłać spersonalizowane wiadomości.

Spróbuj, a zobaczysz, że ich Open Rate będzie zdecydowanie większy!

→ **Nie kupuj bazy mailingowej!**

Nawet jeśli na kupionej liście znajdzie się dużo „żywych” maili to Twoje wysyłki zapewne nie będą miały dużych wyników otwarć i kliknięć, a co za tym idzie — nie będą skuteczne.

Dlaczego? Odbiorca dostanie Twoją wiadomość nieświadomie i nie powiąże jej z Twoją marką, bo przecież nie zapisywał się do newslettera na Twojej stronie, wskutek czego mail zostanie zignorowany.

- **Pamiętaj o nadawcy wiadomości**
- **Zadbaj o chwytliwy temat maila**
- **Zachowaj balans między grafiką, a tekstem**
- **Czas wysyłki**

Bądź ekspertem dostarczalności! →

Słowniczek edrone

Witaj w Słowniczku - Twoim przewodniku po edronowym żargonie! To tutaj znajdziesz klarowne wyjaśnienia terminów stosowanych przez nas na co dzień.

Automatyzacja – w marketingu rozumiana jako działanie z wykorzystaniem odpowiednich oprogramowań, służących do usprawnienia procesów marketingowych i sprzedażowych. W edronowym żargonie automatyzacjami nazywamy z kolei poszczególne scenariusze automatyzacji z sekcji Angażuj

Button – przycisk

CRM – Customer Relationship Management. To tutaj znajdziemy podstawowe dane o klientach, takie, jak: karta klienta, ilość bazy z podziałem na statusy, tagi.

CTOR – Click To Open rate. Stosunek pomiędzy liczbą osób, które kliknęły w przynajmniej jeden link w mailu, a liczbą otwartych maili. CTOR także wyraża się w procentach.

CTR – Click To Rate. To stosunek kliknięć w linki zawarte w kreacji email do wszystkich poprawnie dostarczonych wiadomości.

Cross-selling – strategia sprzedażowa, która opiera się na sprzedawaniu produktów powiązanych z tym, które interesują klienta, komplementarnych. Możliwy do zautomatyzowania w Scenariuszach Automatyzacji oraz w Custom Flows.

Custom Flows – funkcjonalność edrone, pozwalająca na tworzenie własnych, spersonalizowanych ścieżek automatyzacji (flows) od podstaw.

Domena wysyłkowa – domena, która wykorzystywana jest do wysyłania wiadomości e-mail. Jest ona utożsamiana z adresem e-mail nadawcy w polu 'Od' wiadomości. Może być subdomeną, nie zawsze jest taka sama jak domena sklepu

Element dynamiczny – spersonalizowany element wiadomości, możliwy do dodania w Scenariuszach Automatykacji, Newsletter HUB oraz Custom Flows.

Element startowy – początkowy i obowiązkowy element Custom Flows. Jest to akcja, którą klient musi wykonać, aby wpaść we flow.

Exit pop-up – pop-up wyświetlany, w momencie, gdy użytkownik spróbuje opuścić stronę i przesunie kursor na górę ekranu.

Flow – ścieżka automatyzacji zrobiona w Custom Flows

Higienizacja – działanie mające na celu wykluczenie z bazy subskrybentów tych kontaktów, które pozostają nieaktywne przez 6 ostatnich miesięcy.

Kreacja – wiadomość wysyłana do odbiorców; wszystko, co ustawiamy w “Design” w kreatorach.

Nieznany – użytkownik, który podał swój adres mailowy (np. zakładając konto lub robiąc zakupy), ale nie jest zapisany na Twoją listę mailingową. Przy zachowaniu charakteru transakcyjnego wiadomości, możesz wysłać do niego automatyzację z sekcji Angażuj.

Onsite – funkcjonalności w edrone, które możesz zaimplementować bezpośrednio na Twojej stronie (na przykład pop-up, chat).

Optymalizacja – działanie mające na celu weryfikację wychodzenia wiadomości z automatyzacji, tak, aby nie nachodziły na siebie ani nadmiernie nie zasypywały skrzynek odbiorców.

OR – Open Rate. Wskaźnik, który informuje o procentowej ilości odbiorców, którzy otworzyli wiadomość e-mail.

Preheader – element wyświetlający się po temacie wiadomości w podglądzie w skrzynce odbiorczej.

Redesign – odświeżenie kreacji. Może dotyczyć zarówno automatyzacji, jak i newsletterów. Może być całkowity lub częściowy, np. odświeżenie tytułów maili w scenariuszach.

Resend – ponowna wysyłka wiadomości newsletterowej. Możliwa po zakończeniu pierwotnej kampanii.

Scenariusze – gotowe automatyzacje (scenariusze automatyzacji), dostępne w zakładce Angażuj.

Subskrybent – klient zapisany do newslettera.

Trace – pakiet danych o działaniach użytkownika na stronie sklepu, wysyłany do edrone w celu śledzenia.

Wpaść we flow – wpaść we flow może nasz klient poprzez wykonanie akcji, będącej również elementem startowym danego flow.

Współczynnik wpływu (impact rate) – wskaźnik informujący o tym, jaki procent całkowitego przychodu jest wspomagany działaniami edrone. Współczynnik wpływu = przychód pod wpływem edrone / przychód całkowity.

Wypisany – klient, który wypisał się z Twojego newslettera.



www.edrone.me | hello@edrone.me