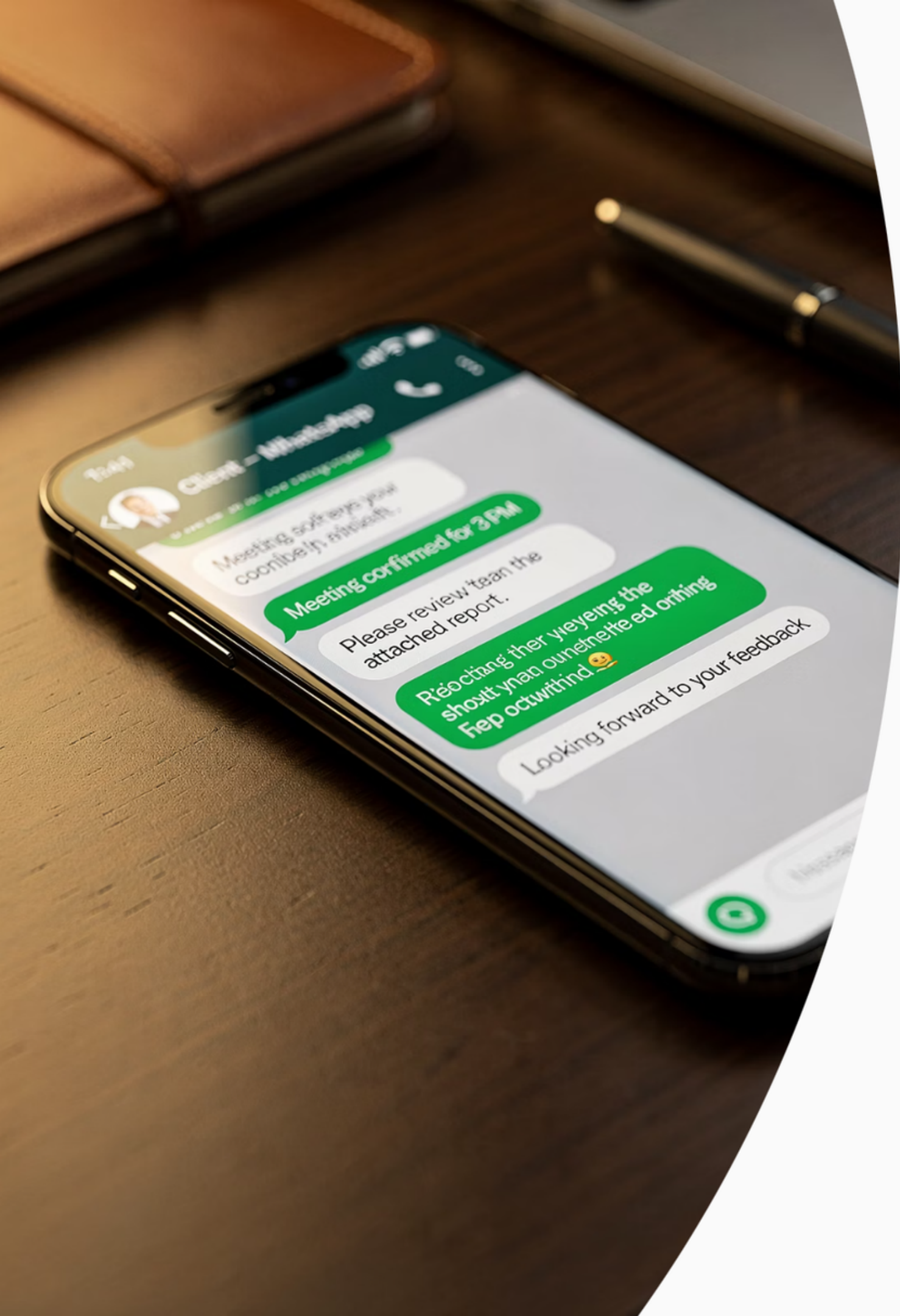




WhatsApp w edrone

Analiza wyników polskich klientów i najlepsze praktyki komunikacji oparte na analizie danych z listopada 2025.

CZĘŚĆ 1: Analiza wyników polskich klientów WhatsApp

Dane z listopada 2025 - grupa polskich sklepów w edrone



Podsumowanie wyników - WhatsApp w Polsce

13 PLN

Przychodu na 1 wiadomość

2.5%

Konwersja

113 549 PLN

Przychód całkowity

Dane z listopada 2025 r. obejmują grupę polskich klientów edrone aktywnie wykorzystujących WhatsApp w swoich kampaniach marketingowych. Wyniki zostały opracowane na liczbie 38 klientów.

Najskuteczniejsze scenariusze WhatsApp w Polsce

ENGAGEMENT TYPE	NUMBER OF SENDING MESSAGES	REVENUE GENERATED	REVENUE FROM 1 MESSAGE	ROI	CONVERSION
WHATSAPP_NEWSLETTER	7354	63 001 PLN	9 PLN	17,13%	1%
ABANDONED_CARTS	1144	49 181 PLN	43 PLN	85,98%	12%
CUSTOM_FLOWS	66	13 67 PLN	21 PLN	41,44%	3%

Porzucone koszyki (ABANDONED_CARTS) osiągają najwyższą konwersję 12%, podczas gdy newslettery WhatsApp generują największy całkowity przychód.

TOP 3 klientów - liderzy WhatsApp w Polsce

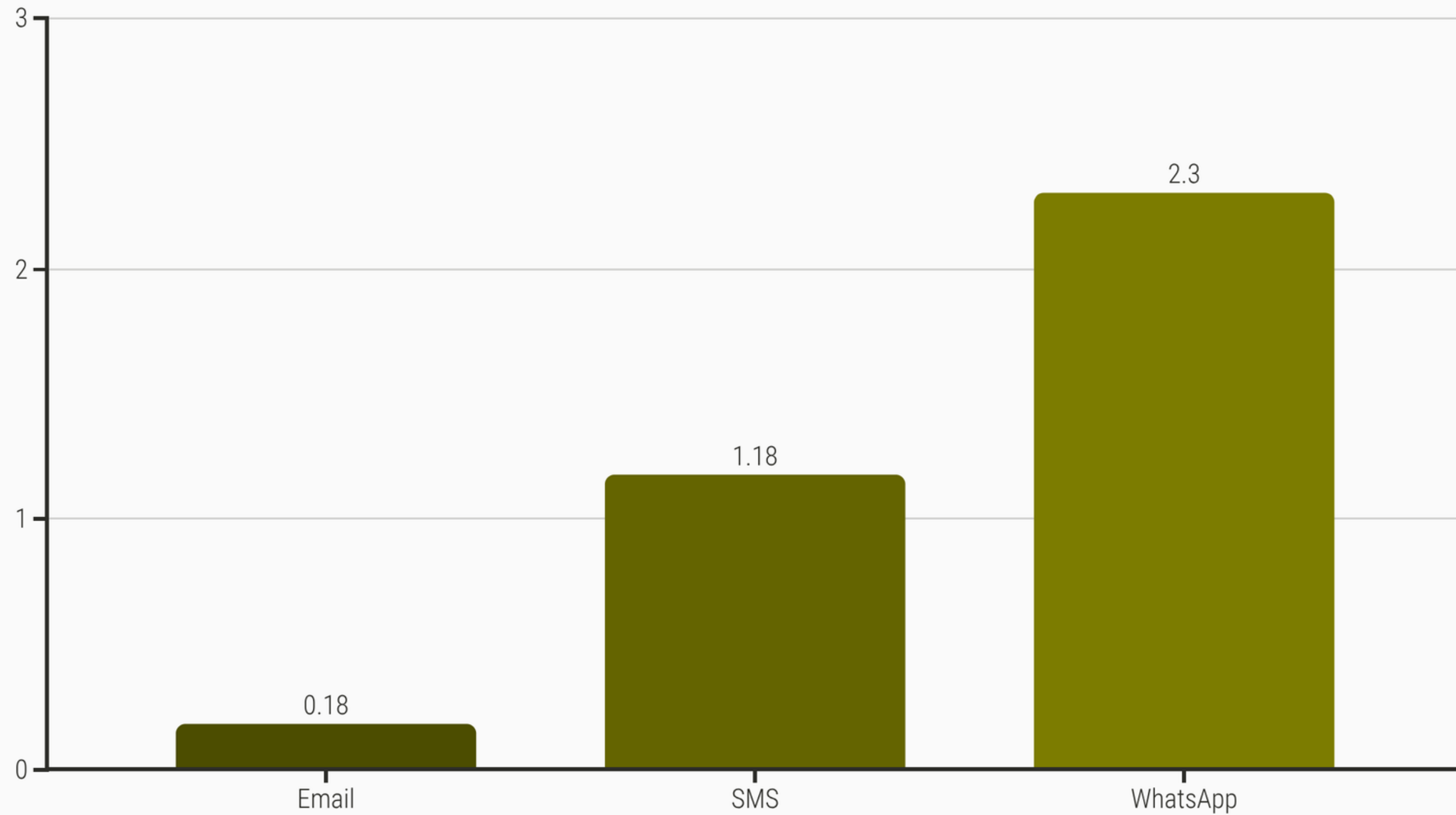
CUSTOMER	REVENUE GENERATED	CONVERSION	COST	REVENUE FROM 1 MESSAGE	ROI
TOP 1	45 609 PLN	21%	303,50	75 PLN	150%
TOP 2	34 574 PLN	1%	249,50	69 PLN	138%
TOP 3	14 201 PLN	9%	39,50	180 PLN	359%

TOP 1 osiąga najlepsze wyniki zarówno pod względem konwersji, jak i całkowitego przychodu.

CZĘŚĆ 2: Porównanie kanałów komunikacji

Email vs SMS vs WhatsApp - dane ogólne

Polska: Porównanie skuteczności kanałów



WhatsApp wygrywa

W Polsce WhatsApp osiąga konwersję **2.3%** - to prawie **13 razy więcej niż email** i **2 razy więcej niż SMS!**

Co to oznacza?

Z każdych 100 wysłanych wiadomości WhatsApp, ponad 2 osoby dokonują zakupu. WhatsApp może pochwalić się lepszym wynikiem niż tradycyjne kanały marketingu.



Polska: Przychód na wiadomość

0.89 zł

Email

Najniższy przychód na wiadomość

5.69 zł

SMS

Ponad **6 razy** więcej niż email

11.71 zł

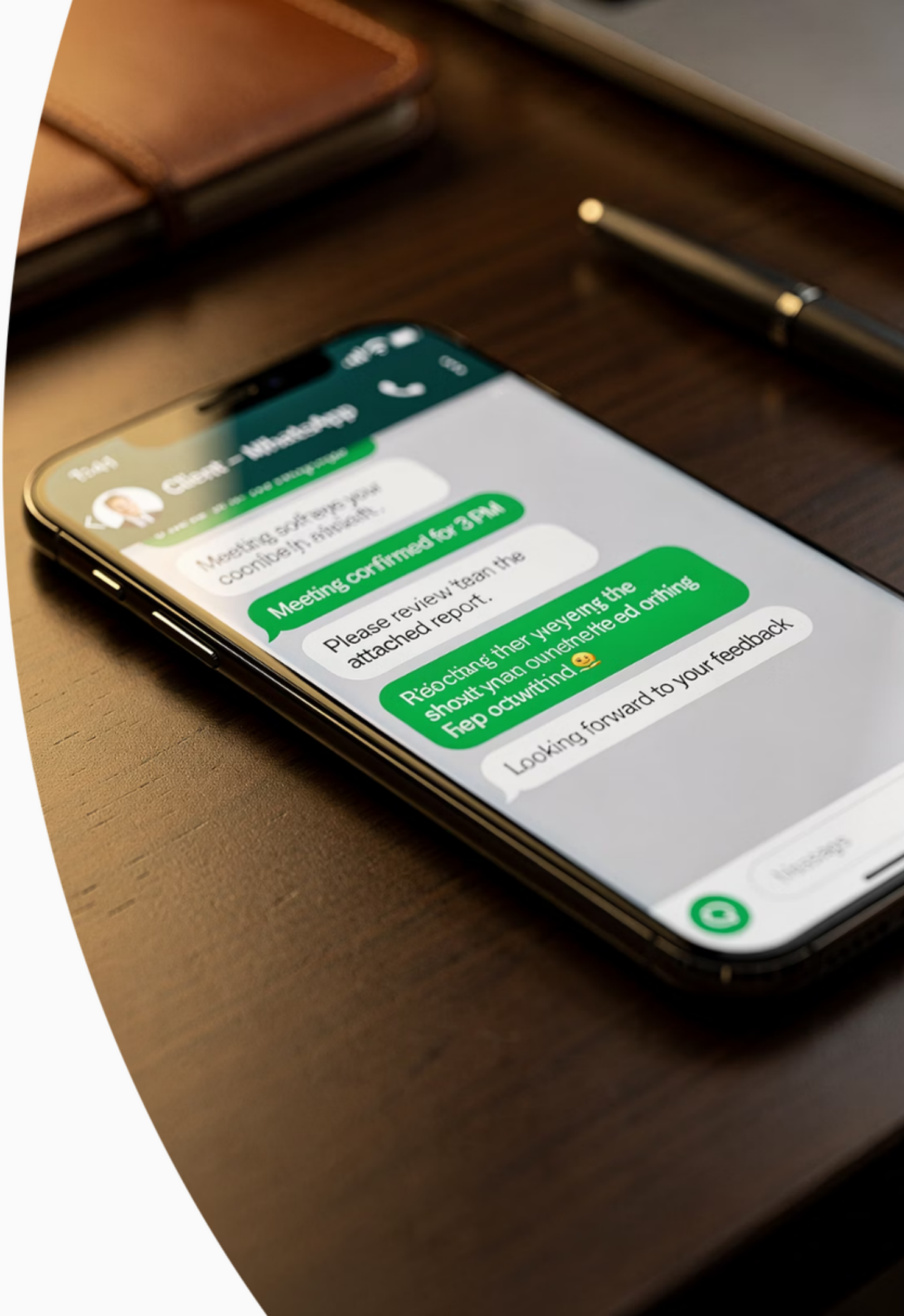
WhatsApp

Ponad **13 razy więcej niż email**

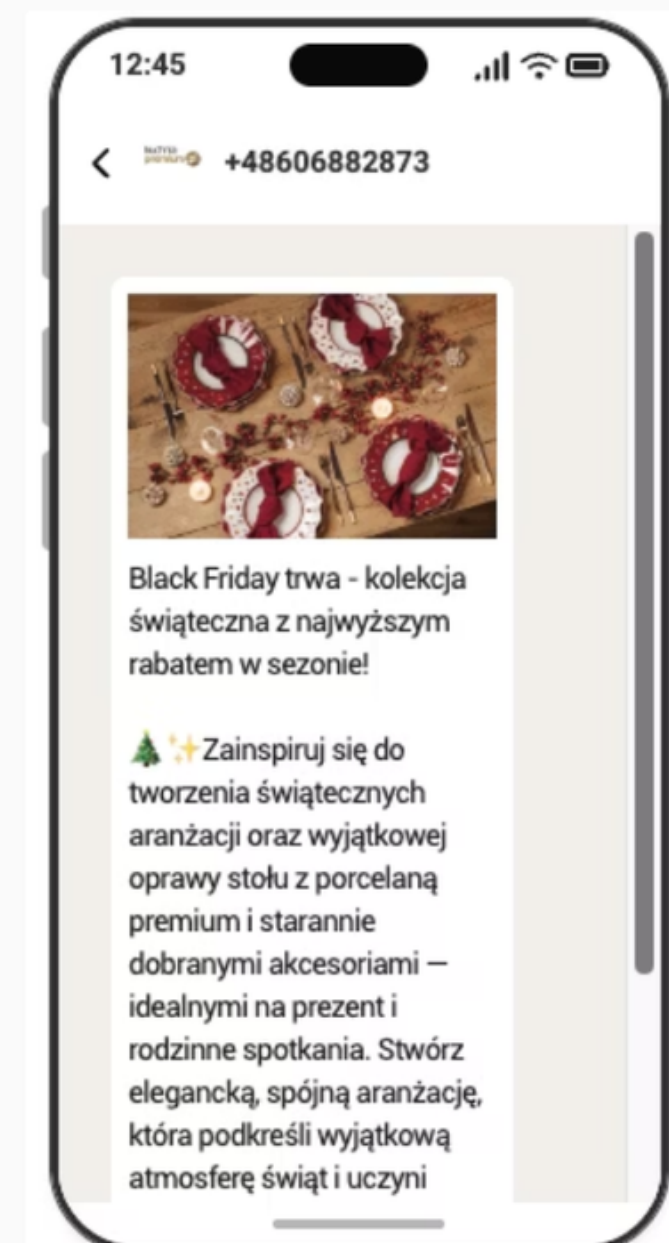
Kiedy polecasz klientowi WhatsApp zamiast emaila czy SMS-a, dajesz mu narzędzie, które generuje ponad **13 razy więcej przychodu** z każdej wysłanej wiadomości. To konkretny argument, który przekona każdego klienta do działania.

CZĘŚĆ 3: Realizacje i przykłady

Jak wyglądają skuteczne wiadomości WhatsApp w praktyce



Realizacje WhatsApp - przykłady wiadomości



Wszystkie przykłady pochodzą z rzeczywistych kampanii polskich klientów edrone. Zwróć uwagę na: **emoji, jasne Call to Action, konkretne korzyści.**

Dlaczego WhatsApp jest tak skuteczny?



Popularność

WhatsApp jest jednym z najpopularniejszych komunikatorów w Polsce, z szacunkową liczbą użytkowników sięgającą **około 17-18 milionów aktywnych internautów**. Open rate = **98%**, co znacznie przewyższa e-mail (średnio ~20-22%)



Zaufanie i osobisty kontakt

WhatsApp jest postrzegany jako kanał osobisty i bezpieczny. Klienci chętniej otwierają wiadomości od znanych marek.



Bogate treści

W przeciwieństwie do SMS, możesz wysłać zdjęcia, linki, przyciski i multimedia - to zwiększa zaangażowanie odbiorców!



Natychmiastowa reakcja

Klienci mogą odpowiedzieć jednym kliknięciem. Łatwość interakcji przekłada się na wyższe konwersje.

Klient I

Newsletter

SUPER wysyłki NL!!! ✨

Przegląd najskuteczniejszych kampanii newsletterowych:

Data wysłania	Odbiorcy	Przychód	Zamówienia	Otwarcia	Kliknięcia
01.12.2025	431	56.300,14 zł	19	63,57%	17,63%
27.11.2025	282	34.574,35 zł	7	67,02%	15,28%
04.12.2025	425	3.203,79 zł	4	62,59%	11,53%
05.12.2025	86	719,65 zł	1	67,44%	15,12%
09.12.2025	87	0,00 zł	0	51,72%	6,9%

Klient I

Kampania newsletterowa: Nowe modele portfeli

Sprawdź nowe modele portfeli: jakość, elegancja i funkcjonalność.

 ZOBACZ KATALOG PDF

 KUP NA STRONIE

Wyniki kampanii

Przychód

56.300,14 zł

Przychód na wiadomość

130,63 zł

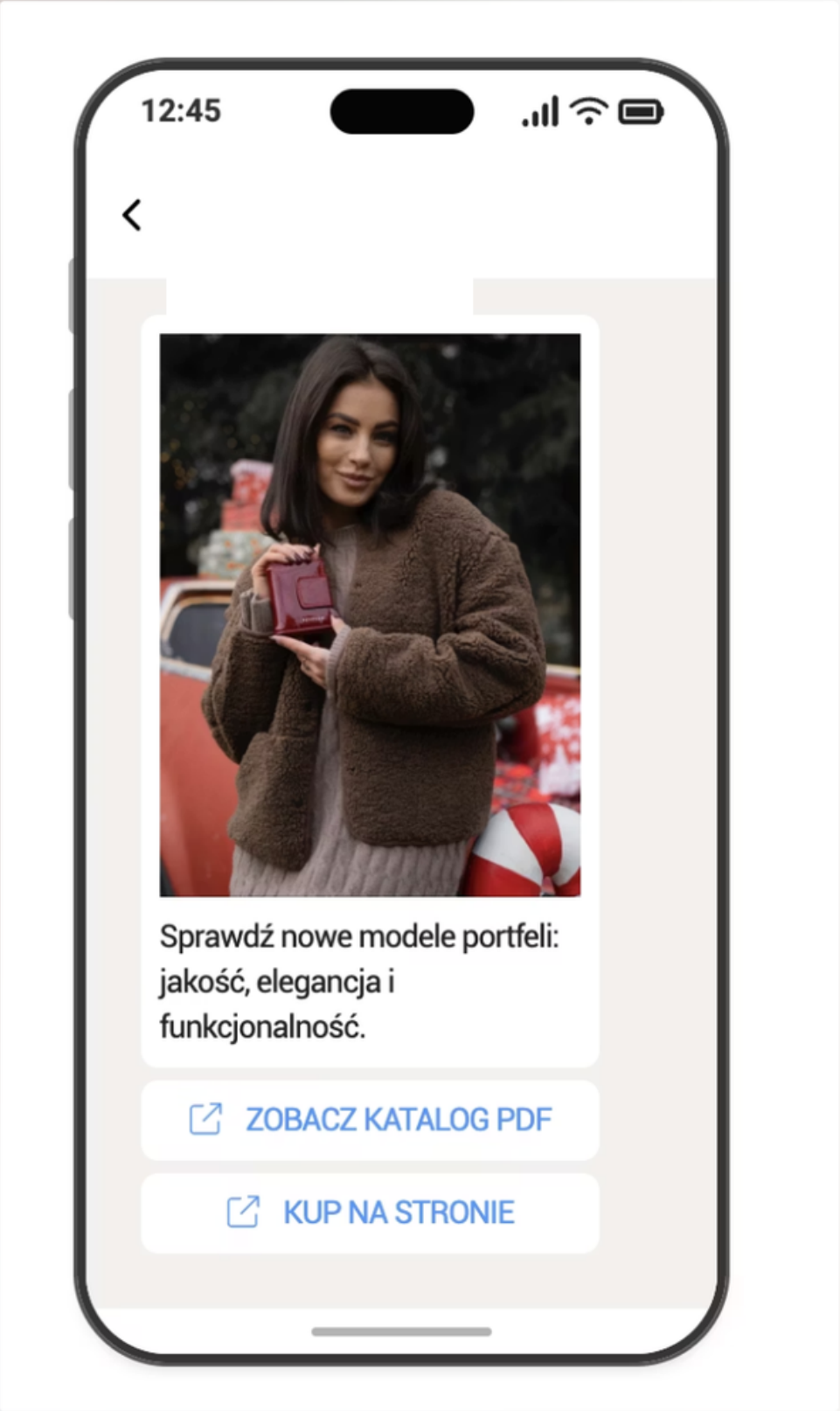
Zamówienia

19

Konwersja

4.41%

Koszty: 219,81 zł



Klient I

Kampania newsletterowa: Kubki termiczne i bidony

Wyniki kampanii

Przychód

34.574,35 zł

Przychód/wiadomość

122,60 zł

Zamówienia

7

Konwersja

2.48%

Koszty: **143,82 zł** | Wysłane: **282** | Otwarcia: **67,02%** (189) | Kliknięcia: **15,24%** (43)

 **Odpowiedzi klientów:** Kampania wygenerowała 3 bezpośrednie odpowiedzi od klientów z pytaniami o produkty i dostępność, co pokazuje wysokie zaangażowanie odbiorców.



Klient II

Porzucone Koszyki

Okres: 08 lis 2025 - 09 gru 2025

Przychody

Przychód: 16 388,02 zł

Koszty: 47,94 zł

Zamówienia

Zamówienia: 9

Współczynnik konwersji: 9,57%

Dostarczalność

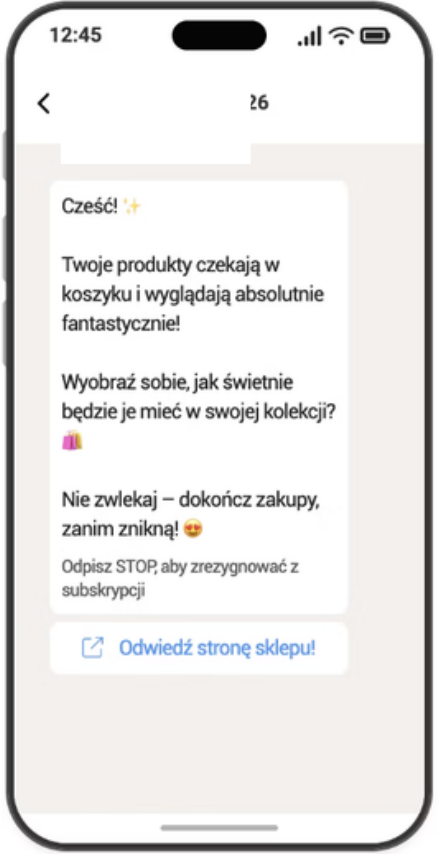
Wysłanych: 94

Otwarcia: 35,11% (33)

Kliknięcia: 2,13% (2)

Kampania odzyskiwania koszyków przyniosła **najwyższy przychód** spośród wszystkich kampanii - ponad 16 tysięcy złotych przy minimalnych kosztach.

Ustawienia UTM <



Klient II

Analiza Przychodów Newsletter

Przychód

Kampania newsletterowa z informacją o obniżkach cen

9921,79 zł

Przychód na wiadomość

Wysoka efektywność pojedynczej wiadomości

15,50 zł

Zamówienia

Zrealizowane transakcje

5

Współczynnik konwersji

Konwersja z wysłanych wiadomości

0.78%



Koszty

Całkowite koszty: 326,40 zł

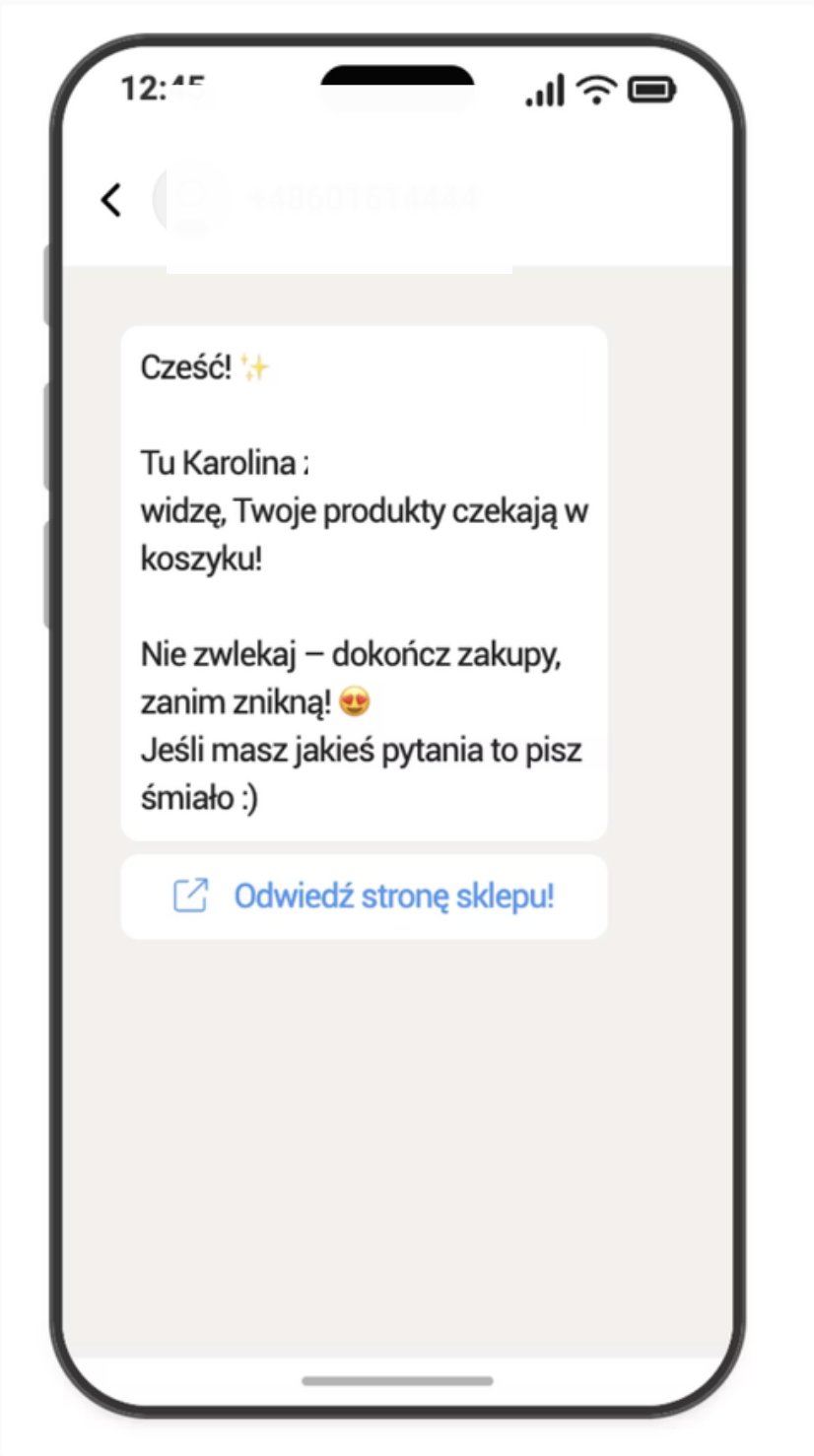
- Mimo niższego współczynnika konwersji, kampania przyniosła znaczący przychód dzięki dużej skali wysyłki i wysokiej wartości zamówień.

Klient IV

Wyniki

Ratuj porzucone koszyki

Okres: 09 gru 2024 - 08 gru 2025



1 Współczynnik konwersji
9.68%

2 Wskaźnik otwarć
72.9%

3 Wskaźnik kliknięć
10.97%

Przychody i koszty

Przychód: 2088,55 zł

Koszty: 79,05 zł

Zamówienia

Zamówienia: 15

Wysłanych: 155

Otwarcia: 113

Kliknięcia: 17

Klient V

Porzucone Koszyki

Przychody

1 Przychód: **1086,42 zł**

Koszty: **33,15 zł**

Zamówienia

2 Zamówienia: **10**

Współczynnik konwersji: **15,38%**

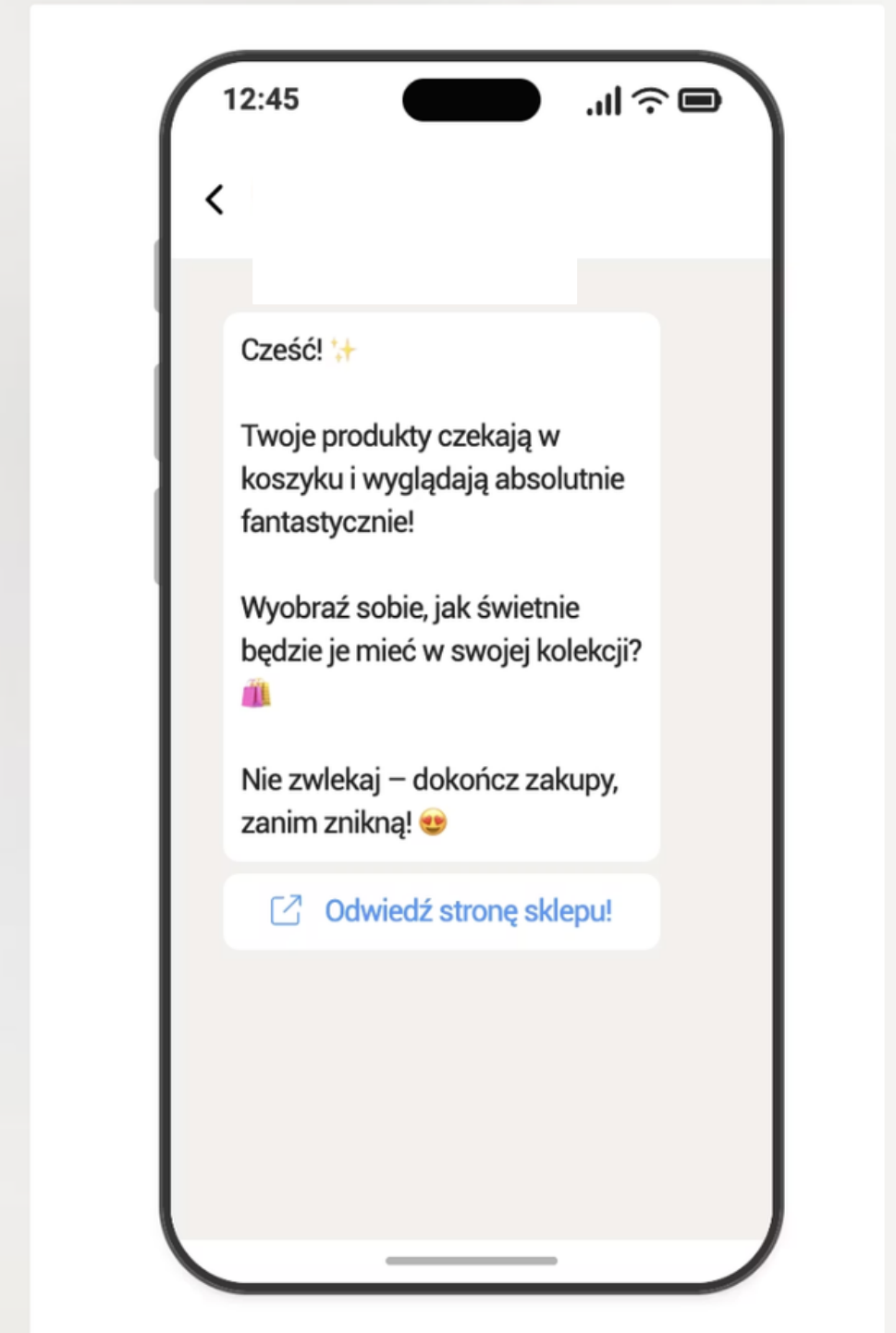
Dostarczalność

3 Wysłanych: **65**

Otwarcia: **60,0%** (39)

Kliknięcia: **18,46%** (12)

📄 Wysoki współczynnik konwersji 15,38% pokazuje skuteczność personalizowanych wiadomości w odzyskiwaniu porzuconych koszyków.



Klient VI

Newsletter

Wyniki Kampanii

859,89 zł 24,57 zł

Przychód

Przychód na wiadomość

1

Zamówienia

2.86%

Współczynnik konwersji

Koszty

Całkowite koszty: 17,85 zł

Kampania newsletterowa z ofertą specjalną na podkłady celulozowe przyniosła pozytywny ROI przy niskich kosztach realizacji.

