

3/2023

≡ *edrone*

Skuteczne newslettery - to możliwe!

STRATEGIE SUKCESU • STRATEGIE SUKCESU • STRATEGIE SUKCESU

Spis treści

Wstęp

Dlaczego warto wysyłać newslettery? 1

Jak stworzyć dobry newsletter?

Must have skutecznej wiadomości 14

Segmentacja

Strategie, które zwiastują sukces. Odkryj korzyści, jakie niesie za sobą użycie segmentacji. 20

Przydatne narzędzia

Z nimi ułatwisz sobie pracę. Poznaj wskazówki jak możesz jeszcze bardziej usprawnić tworzenie wiadomości. 24

Podsumowanie

Dobre praktyki 27

o edrone

W dobie e-commerce posiadanie aktywnej grupy odbiorców to nie lada wyzwanie. Jednak nie da się ukryć, że wizja dysponowania listą kontaktów, która jest zaangażowana, przywiązana i lojalna to marzenie, które niejednemu śniło się po nocach. Z nami nie musisz pozostawiać tego obrazka w sferze sennych iluzji. Dzięki nam jest to na wyciągnięcie ręki!

Co z nami zyskasz?

Masz przed sobą e-book-gotowiec, który przybliży Cię do stworzenia najbardziej przydatnych rozwiązań, jakich potrzebuje Twój e-commerce, aby stworzyć skuteczną strategię wysyłki newsletterów. Dzięki temu zoptymalizujesz swoją pracę, wyciśniesz każdą kampanię do granic możliwości, zwiększysz sprzedaż i utrzymasz zaangażowane grono subskrybentów rodem ze snów.

Zobacz portfolio →

Warsztaty →

Baza wiedzy →

Pamiętaj, że możesz na nas liczyć! Zespół Service pracuje **od poniedziałku do piątku, w godzinach 9-17** i chętnie odpowiada na wszystkie wątpliwości pod adresem **hello@edrone.me**

Jesteś po onboardingu?

Sprawdź, co już masz!

uruchomione 4 scenariusze automatyzacji z sekcji
angażuj

zaimportowana **baza klientów**

wysłany newsletter **z polityką prywatności**

uruchomiony **element on-site**

uruchomiony **zapis do newslettera**

**Czegoś Ci brakuje?
No to do dzieła!**

Jak korzystać z tego e-booka?

Sprawdź, które elementy kreacji są konieczne, aby stworzyć komunikat: otwieralny, klikalny, angażujący.

Zobacz przykłady wiadomości oraz sposoby ich zastosowania. Etap tworzenia wiadomości nie jest Ci straszny?

Zwróć zatem uwagę na tips&tricks oraz narzędzia którymi się dzielimy, a wynikają z doświadczenia pracy z ponad tysiącem klientów na co dzień.

Zacznij tutaj →

Zapamiętaj...

Jeśli będziesz mieć jakieś pytania, nie wahaj się i skontaktuj z nami pod adresem **hello@edrone.me**.
Nasz niezawodny dział Supportu pomoże Ci w każdej kwestii!

DLACZEGO tego potrzebujesz?



DLACZEGO tego potrzebujesz?

Pomyśl o swojej bazie jak o kamizelce bezpieczeństwa na statku. Jaką przewagę ma baza mailowa? Nie jest uzależniona od zewnętrznych algorytmów! Masz bardzo dużą kontrolę nad tym do kogo i kiedy dotrze konkretny komunikat. W przeciwieństwie do komunikacji przez Social Media możesz bardzo precyzyjnie określić grupę odbiorców i zaplanować z nimi ścieżkę komunikacji.



”

Umiejętność komunikowania się
stała się w dzisiejszym świecie towarem,
za który gotów jestem płacić więcej
niż za jakikolwiek inny



~ John D. Rockefeller

Na czym polega przewaga newsletterów?

- brak zależności od algorytmów zewnętrznych
- możliwość precyzyjnego określenia grupy odbiorców
- segmentacja behawioralna na podstawie zachowań zakupowych
- 97% internautów korzysta z maila
- średni zwrot z inwestycji to 45:1, czyli 45 zł za każdą zainwestowaną złotówkę
- open rate wysyłek mailowych to ok 20/30 - chciałbyś osiągnąć więcej? W przeciwieństwie do postów sponsorowanych na Social Media wszystko jest w Twoich rękach!
- niski próg wejścia- nie musisz inwestować dużo ani pieniędzy, ani czasu. Wystarczy, że oprzesz się na zasadach tego e-booka
- potencjał posiadania zgody marketingowej. Aby dołączyć do grona subskrybentów, musisz wyrazić jasną zgodę

Pomysły na kampanie newsletterowe

Ok, skoro już wiesz, że warto używać tego kanału komunikacji, bo cechuje się on przede wszystkim precyzją i niezadowdnością, to pewnie samo nasuwa Ci się pytanie: ale co tam wysłać?

**Przygotowaliśmy dla Ciebie wiele porad
i pomysłów na newslettery**

OTO KILKA Z NICH




Newsletter z bestsellerami

O bag

Nowości Torebki Portfele Konfigurator

POZNAJ
O bag standard



Torebkę O bag standard wybrało już tysiące Polek i nadal bije rekordy sprzedaży. Zastanawiasz się co sprawiło, że odnosi taki sukces? Już Ci opowiadamy:


Newsletter z nowościami

DARMOWA DOSTAWA OD 99 ZŁ

ihaa.pl



Cześć `first_name_test!`

Za oknem coraz bardziej wiosennie - my też zdecydowanie czujemy zmianę aury i uzupełniliśmy półki magazynowe o nowe produkty 😊



[Doniczka GRACIA TUBUS SLIM BETON EFFECT - antracytowy, DGT.200E-5433 Prosperał!](#)

[Doniczka GRACIA STANDARD - antracytowy, DGBL350-5433 Prosperał!](#)



Newsletter z poradami

☰ ✨ Wszystko, co musisz wiedzieć o praniu Inu! ✨ Poznaj 5 porad od naszego teamu 🙌



Patrycja z ANSIN

ANSIN

Cześć,

dzisiaj zaczniemy wiadomość niestandardowo, bo cytalem. Uwierz, że nic nie opisze lepiej ostatnich dni niż tekst komentarza Olgi, naszej klientki: "Kupowanie nowości w ANSIN jest jak próba kupna biletów na Podsiadło - mrugniesz i już nic nie ma.". Oczywiście jest to nawiązanie do naszej przedsprzedaży koszul, które praktycznie zniknęły ze sklepu po 2 dniach.

Zainteresowanie nowościami przeszło nasze najśmielsze oczekiwania. Już działamy nad zleceniem kolejnych zamówień do szwalni, więc jeśli nie udało Ci się zakupić koszuli podczas ostatniego weekendu, nie wszystko stracone. Jutro, kiedy ponownie uruchomimy Miss Chic i Miss Chic Summer na stronie, zapisz się na powiadomienie o dostępności - jak tylko wybrany produkt wróci na stan, dostaniesz od nas wiadomość.

Dzisiaj wysyłamy zamówione egzemplarze w przedsprzedaży. To doskonała okazja na to, by przypomnieć o praniu Inu, który obok swoich genialnych właściwości, jest też włóknem, które wymaga czułości i wyjątkowej pielęgnacji.



Zacznijmy od temperatury. Len zwykle pierze się w **30-40 stopniach** Celsjusza. Jeśli nie jest mocno poplamiony, niższa temperatura w zupełności wystarczy, współczesne detergenty usuwają bowiem zabrudzenia już od 20 stopni Celsjusza.

MUST HAVE

kreacji mailowej

1. □

Nadawca

podczas niektórych badań marketingowych respondenci podają, że największy wpływ na to, czy otworzą maila ma właśnie nadawca. Czasem zamiast umieszczenia w polu adresanta wyłącznie nazwy sklepu lepiej nadać nadawcy twarz i imię - jest to zabieg skracający dystans pomiędzy sklepem, a konsumentem.

2. □

Temat

zainteresuj, zaintryguj, rozbaw, przestrasz, zaangażuj – wszystkie chwytły dozwolone! Spraw aby wiadomość została otworzona.

Przykłady ciekawych tematów:

- *Dziś nie kupuj! Poczekaj do jutra na rabat 50%!*
- *A co, jeśli Twoje plany się sypią?*
- *Przepraszam... Ta promocja jest zbyt dobra.*

Nasze tipy na temat ...tematu



- Bazowanie na efekcie FOMO (fear of missing out). Z psychologicznego punktu widzenia ryzyko utraty czegoś, co może do nas należeć, jest naprawdę istotne – dlatego uwagę przyciągają wszystkie zwroty w rodzaju „Darmowe aplikacje contentowe, które za chwilę znikną z półek”.
- Wzbudzanie ciekawości. Zawrzyj w nagłówku jakieś prowokacyjne pytanie, np.: „Czy e-mail marketing jest już martwy?” - spraw aby konsument nie mógł się oprzeć treści.
- Używanie liczb. Cyfry zawsze przyciągają uwagę czytających. Wplatając je w dowolny sposób, np. tak: „10 sposobów na stworzenie idealnej stylizacji”.

Przedłużenie tematu: preheader

4

Preheader to pierwsze zdanie w skrzynce pocztowej, które wyświetla się po temacie wiadomości. By wstawić preheader w kreatorze edrone dodaj zawartość „tekst” jako pierwszy element kreacji. Zmień kolor treści kolumny na biały, by po otwarciu maila, się nie pokazała.

Ciekawe przykłady użycia preheadera:

- „Aktualności i oferty specjalne w jednym miejscu.”
- „Zapraszamy do odkrywania naszego świata.”
- „Twoje potrzeby są dla nas najważniejsze.”
- „Znajdź inspirację w naszych treściach.”
- „Dowiedz się, co przygotowaliśmy na ten miesiąc.”
- „Nowości, promocje i wiele więcej!”
- „Zapraszamy do wspólnego eksplorowania.”
- „Twój dostęp do ekskluzywnych treści.”
- „Zaskocz się naszymi najnowszymi produktami.”
- „Razem tworzymy lepszą przyszłość.”

Jak napisać treść?



Dobrze przygotowane copy powinno być:

→ Napisane prostym językiem – nie używaj skomplikowanych słów, staraj się układać krótkie zdania. Odbiór wiadomości ma być szybki i niewymagający.

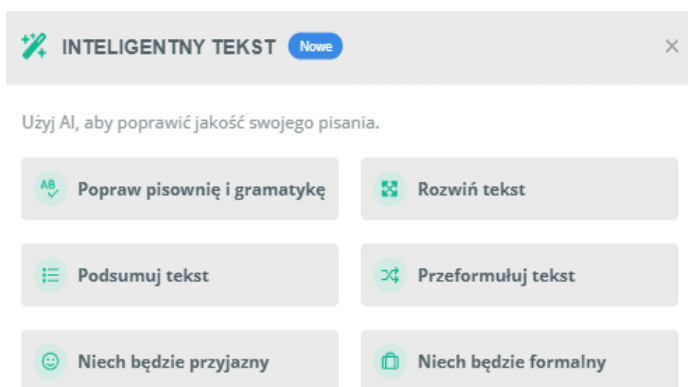
→ Nacechowane emocjami – emocje sprzedają najlepiej! To marketingowy chwyt, który pozwala na wywołanie pozytywnych emocji u odbiorcy.

→ Zwięzłe – w mailu nie ma miejsca na lanie wody. Nie rozpisuj się nadmiernie!

→ Spersonalizowane – korzystając z baz danych, możesz w łatwy sposób spersonalizować treść maila. Użytkownicy lubią mieć poczucie, że zwracasz się do nich bezpośrednio.

Czujesz, że treść Twojej wiadomości mogłaby być lepsza? Spokojnie, nie musisz być alfą i omegą.

Skorzystaj z funkcji AI w naszym kreatorze, które zoptymalizują Twoją pracę i pomogą Ci zaoszczędzić czas.



Zaintrygowany?

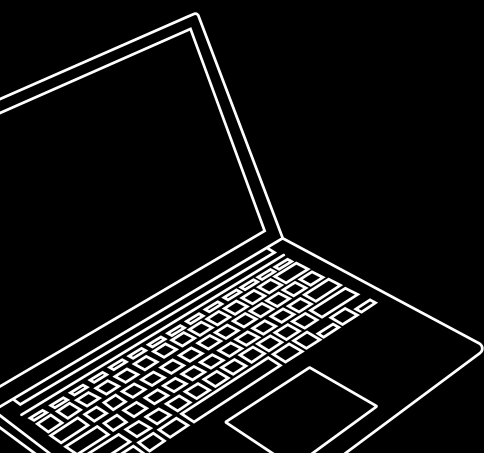
MAMY TEGO WIĘCEJ!

Przeczytaj to →

7

Teksty alternatywne

podczas niektórych badań marketingowych respondenci podają, że największy wpływ na to, czy otworzą maila ma właśnie nadawca. Czasem zamiast umieszczenia w polu adresanta wyłącznie nazwy sklepu lepiej nadać nadawcy twarz i imię - jest to zabieg skracający dystans pomiędzy sklepem, a konsumentem.



6

Linkowania

Klik, klik klik...słyszysz to? Tak będzie brzmiała Twoja wiadomość, jeśli nie zapomnisz o podlinkowaniu. Podnieś swoje wskaźniki CTOR zwiększając elementy, które pomogą przejść klientowi na stronę.

8

Elementy dynamiczne

- to forma personalizacji
- można wykorzystać produkty, które wyświetlał klient
- możesz szybko i sprawnie wykorzystać BESTSELLERY z różnych kategorii, aby sprawić, że Twoja wiadomość będzie jeszcze bardziej atrakcyjna

9

Przyciski CTA

Jaki ma być przycisk? Przede wszystkim skuteczny! Buttony, przez swój charakterystyczny kształt są dla klienta wskazówką, gdzie ma się kierować. Dlatego nie daj temu potencjałowi się marnować!

Nasze protipy:

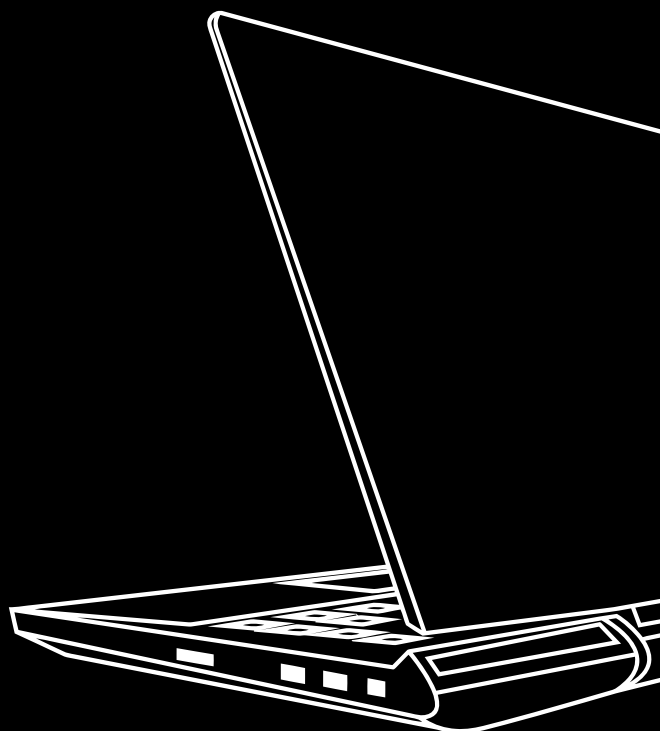
- wyróżnij button kolorem
- ogranicz ilość słów
- ustaw go we właściwym miejscu
- zadbaj o dopasowany rozmiar

10

Stopka

Pomyśl o tym elemencie kreacji jak o mini sekcji FAQ:

- wykorzystaj linki, które przekierują do zasad dostaw, zwrotów czy płatności
- podziel się danymi kontaktowymi: lokalizacja, adres email, telefon
 - jeśli działa u Ciebie BOK, to koniecznie wspomnij w jakich godzinach pracuje, w jaki sposób można się z nim najszybciej skomunikować (czat na stronie, messenger etc.)
 - spełnij prawny obowiązek i poinformuj kto jest administratorem danych osobowych



Do kogo wysyłać?

– segmentacja



Wysyłka newsletterów jako strategia marketingowa charakteryzuje się dużym potencjałem personalizacji. Jak ten potencjał wykorzystać?

Wyobraźmy sobie, że w naszej bazie jest 5 tysięcy subskrybentów. To spora grupa odbiorców. Chcielibyśmy komunikować się z nimi w sposób indywidualny, dostosowywać treści do ich potrzeb – nie chcemy osobom zainteresowanym łyżwiarstwem wysyłać poradnika jak dobrać czekany na wyprawę wysokogórską. I tutaj przychodzi nam z pomocą segmentacja!

Dzięki segmentacji możemy uporządkować naszą bazę odbiorców, podzielić ich na grupy ze względu na ich atrybuty (np. płeć), nawyki zakupowe (ile i jak często wydają) lub zainteresowania.

Personalizacja jest wskazywana jako największy atut segmentacji bazy, ale nie należy zapominać o tym, że dzięki temu nasze komunikaty mają szansę paść na bardziej podatny grunt. Dostosowując treści do odbiorców możemy liczyć na **poprawę reputacji mailowej** oraz **wzrost wskaźników OR i CTOR!**



PYTANIE

Gdzie w systemie edrone znajdę możliwość wysyłki do segmentów?

ODPOWIEDŹ

W sekcji Newsletter Hub w zakładce ODBIORCY. Tutaj zdecydujesz o grupie klientów, która otrzyma Twoją wiadomość.

ZOBACZ JAKIE MASZ
MOŻLIWOŚCI



Sekcja *segment* składa się z opcji **general** oraz **manual**

W **sekcji General** znajdują się segmenty utworzone przez edrone na podstawie tego, ile Twoi klienci wydają w sklepie.

Sekcja Manual z kolei łączy wszystkie dotychczasowe rodzaje newsletterów w jednym miejscu:

CUSTOM FILTER BY CUSTOMER FIELDS – pozwala na segmentację klientów na podstawie ich interakcji (przeoglądanie produktów, dodanie do koszyka lub zamówienie ich) z jedną lub z kilkoma kategoriami produktów w Twoim sklepie.

TAGGED – wysyłka zostanie zrealizowana do grupy odbiorców, którzy będą mieć przypisany konkretny tag.

CATEGORY – filtruj swoich odbiorców na podstawie kategorii, czyli przykładowo możesz wyciągnąć klientów z ostatniego miesiąca z zamówieniem np. z kategorii sukienki

IMPORTED – wiadomość zostanie wysłana do klientów z importowanego wcześniej pliku, który możesz sobie wybrać.

Klikając w ten przycisk zostaniesz przekierowany do naszego artykułu z bazy wiedzy na temat Newsletter Hub

Newsletter Hub →

Pomysły na wykorzystanie segmentacji

- Zależy Ci na zbieraniu opinii na temat Twojego sklepu? Wyślij newsletter z prośbą o opinie do segmentu Klienci z Zamówieniem. Niech moc pozytywnego doświadczenia zakupowego się szerzy!
- Otwierasz nowy sklep stacjonarny w Krakowie? Użyj segmentacji per miasto, aby zaprosić swoich subskrybentów w odwiedziny do nowego miejsca.
- Zbliża się dzień kobiet i stworzyłeś specjalną zakładkę z prezentami na tę okazję? Sięgnij po segmentację według płci
- Nie wiesz, jak nagradzać klientów, którzy robią u Ciebie najczęściej zakupy? Wyślij wiadomość, do tych sfinalizowali więcej niż trzy zamówienia i nagródź ich dodatkowym rabatem.
- Kiedy planujesz dodanie nowej kolekcji sukienek, wyślij informację, do wszystkich, którzy kupili coś kategorii SUKIENKI w tym roku. Duże szanse, że będą zainteresowani tym komunikatem. Planujesz ekstra promocję na botki? Wyślij wiadomość do tych, którzy oglądali botki w tym miesiącu. To przekona ich do sfinalizowania zakupu.

Oto kilka narzędzi, które ułatwią Ci życie:

DMARC ANALYZER

Narzędzie do sprawdzania wpisów uwierzytelniających domenę mailową. Dlaczego to takie ważne? Wpływa to znacząco na reputację mailingu oraz dostarczalność kampanii.

Wpisy, o które warto zadbać:

- SPF
- DKIM

TEMP MAIL

Narzędzie, dzięki któremu możesz anonimowo oraz bezpiecznie sprawdzać miejsca zapisu do newslettera oraz dokonać testowej rejestracji konta. Sprawdź, czy wszystko działa, korzystając z jednorazowej skrzynki email. Dzięki ponownej identyfikacji unikniesz błędów podczas weryfikacji.

MAIL TESTER

Narzędzie, które pomoże sprawdzić treść Twojego maila pod względem dostarczalności. Przekonaj się, jak zawartość twojego newslettera wypada w oczach spam assasina!

Chat GPT & AI Art generator Jasper

Dzięki tym narzędziom zaoszczędzisz czas, zasoby oraz zapoznasz się z najgorętszym produktem technologicznego świata. Poproś sztuczną inteligencję, aby napisała za Ciebie newsletter.

Canva

Bezpłatne narzędzie do projektowania grafik i obróbki zdjęć.

Resize Pixel

Masz świetne zdjęcie, które za dużo waży? To narzędzie, które sobie z tym poradzi.

Color Zilla

Znalazłeś idealny kolor, który pasuje do design strony, świetnie prezentuje się na darkmodzie i nadaje się jako tło przycisku. Zapisz jego nazwę przy pomocy rozszerzenia do przeglądarki Color Zilla!

Fonts Ninja

Działa podobnie jak Color Zilla, tylko jeśli chodzi o kroje pisma. Również jest dostępna jako rozszerzenie do przeglądarki.

Darmowe Banki Zdjęć

Chciałbyś wysłać newsletter, ale martwisz się brakiem grafiki?
To już przeszłość!

Zapisz linki do tych darmowych banków zdjęć, nic nie powstrzyma Cię przed wysyłką treści marketingowych.

-Pixabay

-Unplash

-<https://gratisography.com/>

Do darmowych banków zdjęć masz również dostęp w sekcji Design naszego kreatora wiadomości, przejdź do Obrazy i przekonaj się sam!

Language Tool

Masz już zdjęcia, masz już copy...co jeszcze Cię powstrzymuje?

Obawiasz się błędów ortograficznych, gramatycznych?

Taki problem to dla nas bułka z masłem!

Pobierz darmowe rozszerzenie do przeglądarki, które będzie sprawdzać poprawność i sugerować zmiany, aby żaden błąd stylistyczny Ci nie umknął.

Notion

Znasz już wszystkie techniczne tricki! Teraz wystarczy to tylko ZAPLANOWAĆ.

Skorzystaj z bezpłatnej aplikacji Notion!

Dzięki niej możesz mieć cały swój marketingowy projekt w jednym miejscu.

Stwórz listę rzeczy do zrobienia, wyceń swoje działania, monitoruj progres, rozwijaj się i rób notatki w tej samej aplikacji.

PODSUMOWANIE: DOBRE PRAKTYKI

→ dopracuj każdy element swojej kreacji

→ korzystaj z szablonów, aby zoptymalizować swoją pracę

→ testuj: każda grupa odbiorców jest inna, sprawdzaj różne godziny i dni dla wysyłek, zapisuj swoje rezultaty i weryfikuj swoją skuteczność

→ zaplanuj wysyłkę na miesiąc, skoordynuj swoje działania z planem sprzedażowym firmy

→ promuj newsletter jako wartość dodaną swojego biznesu (podkreślaj to, we wszystkich kanałach komunikacji)

Jak można to robić? Po wysyłce newslettera daj znać np. na Instagramowym story, że na skrzynki subskrybentów właśnie wleciała zniżka. Boost zapisanych i efekt WOW są gwarantowane.

→ bądź regularny, pamiętaj że otwieranie maili to nawyk i odbiorcy potrzebują czasu, aby go wypracować

→ dbaj o różnorodność contentu: treści sprzedażowe przeplataj z inspiracyjnymi, poradnikowymi

→ buduj świadomość marki:

dzięki dzieleniu się treściami merytorycznymi dot. twojej branży umocnisz swój wizerunek eksperta

→ pokazuj twarz, dziel się materiałami z zaplecza: odbiorcy kochają zaglądać za kurtynę, dodatkową wartością tego zabiegu jest komunikat dla konsumenta: za tym sklepem stoją ludzie z krwi i kości, ekipa z duszą

→ lojalizuj, podkreślaj, że niektóre treści są dostępne **tylko** dla subskrybentów, dawaj im znać wcześniej o promocjach, dziel się dodatkowymi kodami. Traktuj subskrybentów jak VIPów,



Zobacz, ilu klientów nam zaufało!

Dzięki temu, że wspólnie gramy do jednej bramki
osiągnęli ogromne sukcesy:





www.edrone.me | hello@edrone.me