

Must have kampanii newsletterowej



Kinga Kachnik
Customer Success Specialist

Agenda

Wprowadzenie do elementów skutecznego newslettera

CTA, których nie da się przeoczyć

Rolę segmentacji w kampaniach e-mail marketingowych

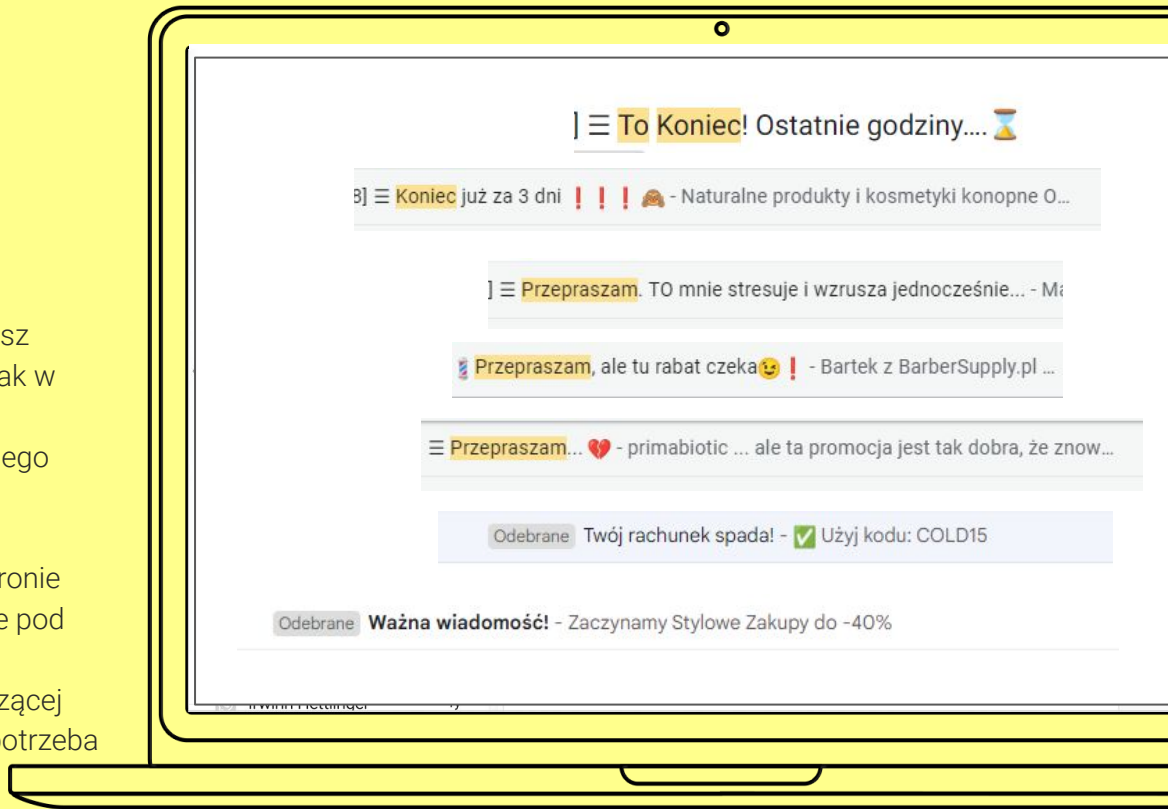
Marketingowe fakty i mity

1. Intrygujący temat

Metoda wielokanałowa i wieloetapowa

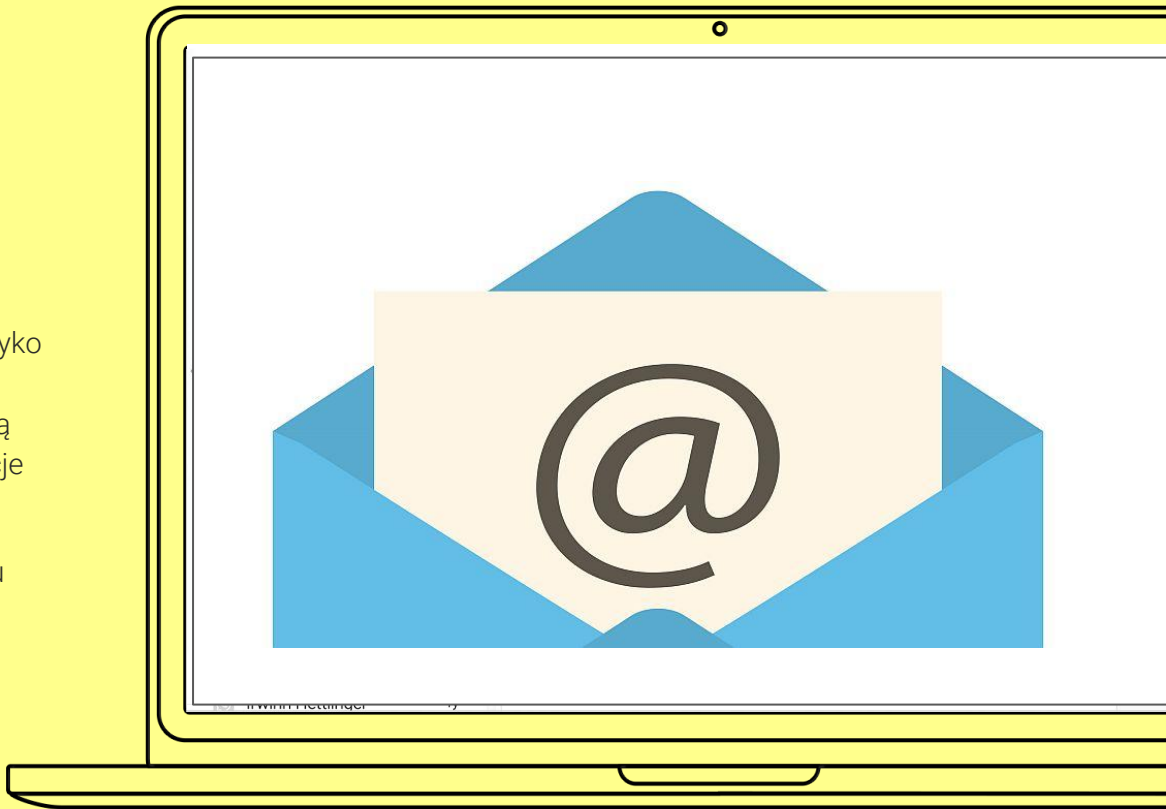
Dzięki dynamicznym rekomendacjom produktu możesz osiągnąć efekt doświadczenia zakupowego takiego, jak w sklepie stacjonarnym. Rekomendacje są aktywne w trakcie sesji użytkowników i zróżnicowane dla każdego z nich. **Jak to działa?**

- Korzystaj z rekomendacji produktowych na stronie koszyka i na stronie produktu, gdy klient bierze pod uwagę zakup.
- Skorzystaj z rekomendacji użytkownika dotyczącej strony głównej lub kategorii produktu - kiedy potrzeba klienta nie jest jeszcze jasno sprecyzowana.



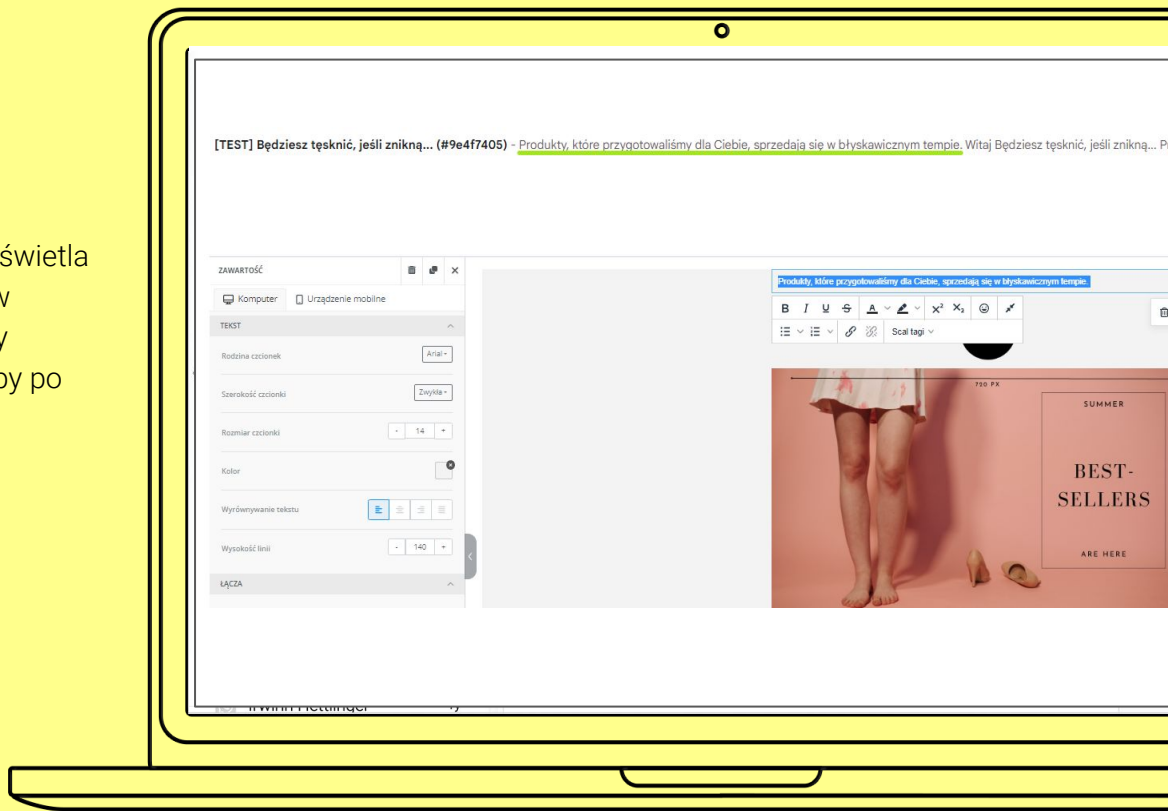
Kilka sztuczek do tworzenia tematów:

- **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”.

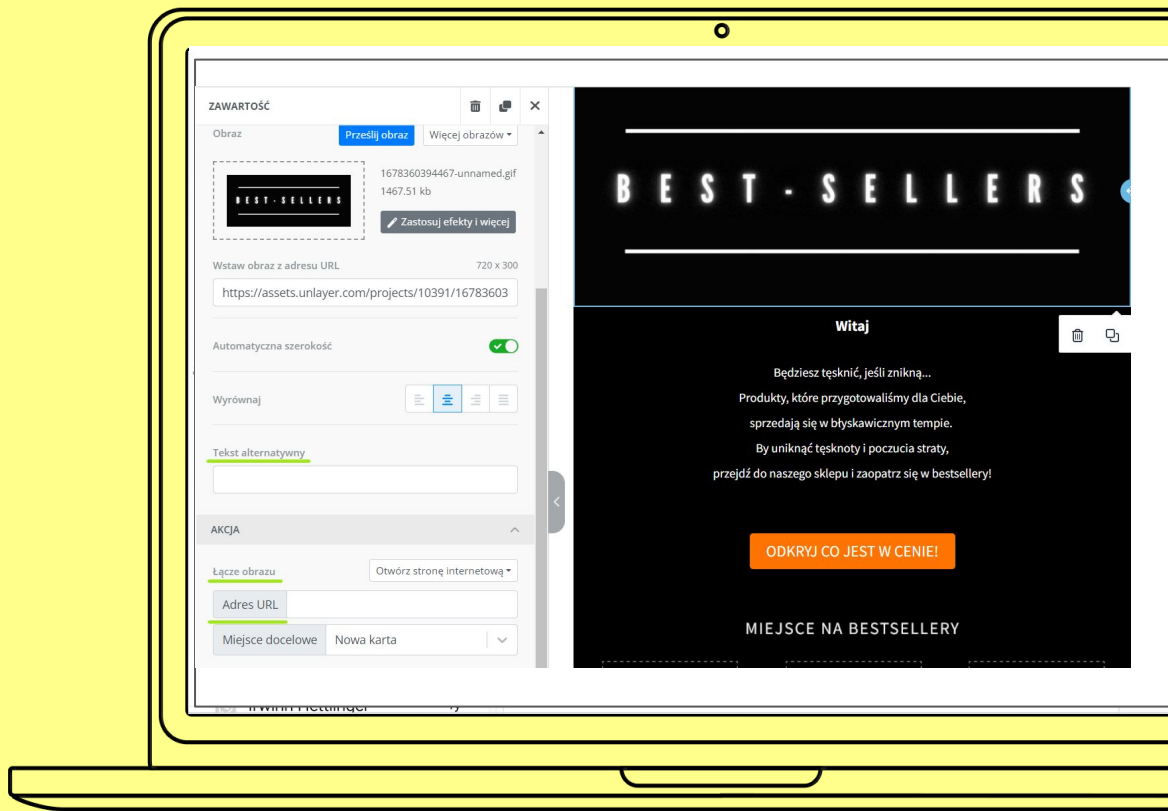


2. Preheader

czyli 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.



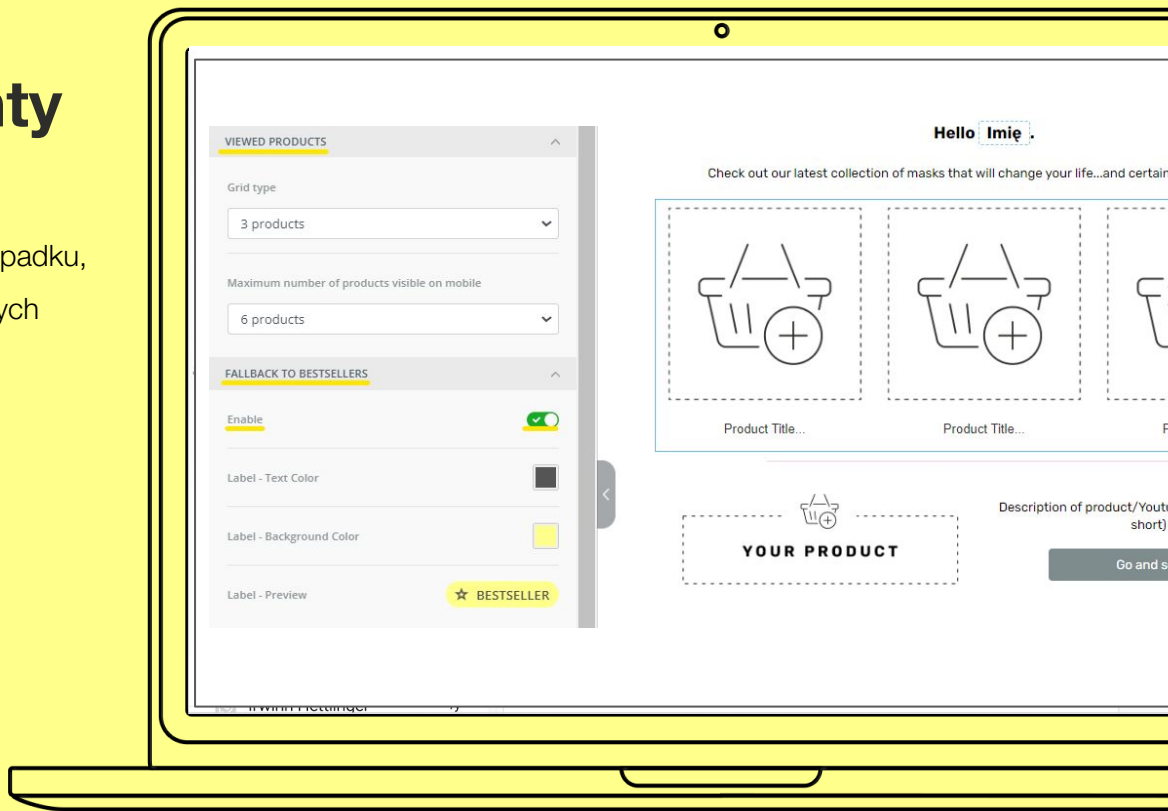
3. Linki i teksty alternatywne



4. Dynamiczne elementy

Pamiętaj o opcji **“fallback to bestsellers”**, by w przypadku, gdy klient przegłądnie tylko jeden produkt, w pozostałych kolumnach pokazały się bestsellery.

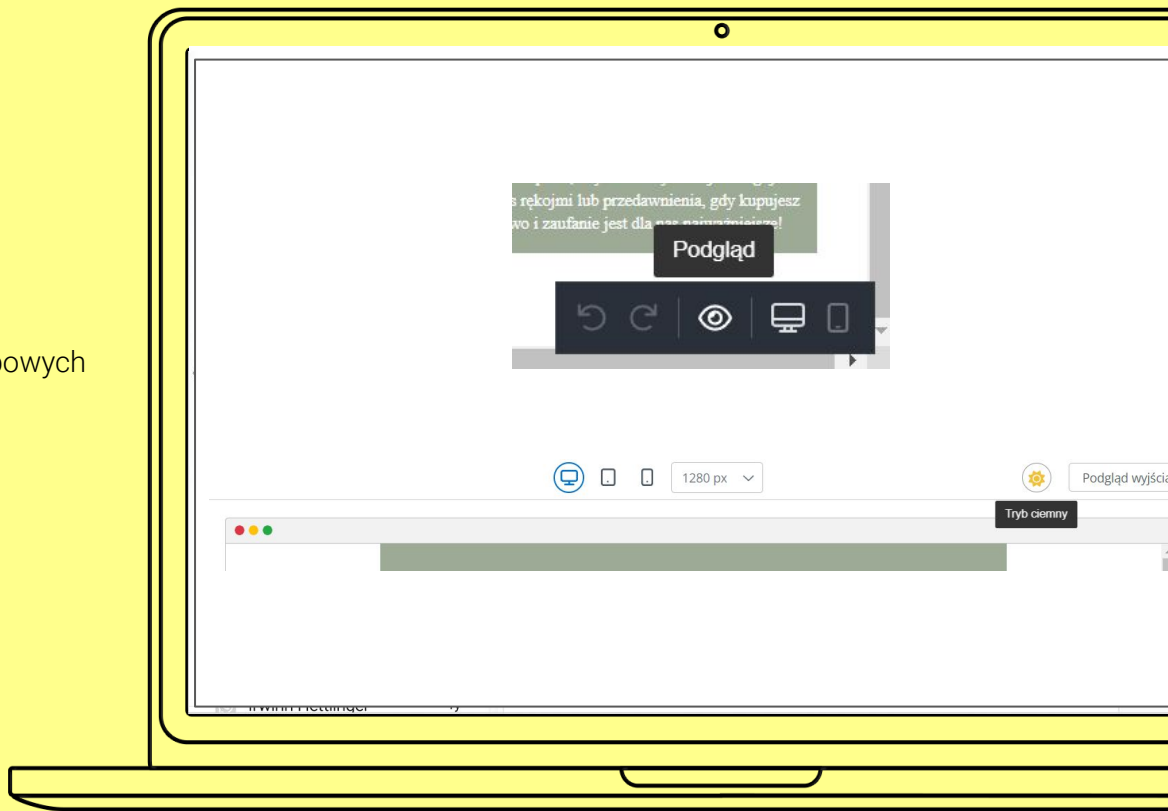
Zadbaj o responsywność dynamicznych elementów.



5. Responsywność

Zadbaj o nią poprzez podgląd

- Black mode
- Na różnych urządzeniach mobilnych i desktopowych



porozmawiamy
o *ustach*



Marzysz o pięknych, mięsistych i dobrze nawilżonych ustach?

Po słonecznym sezonie Twoim wargom przyda się ekstra zastrzyk pielęgnacji. Odkryj soczysty daet, który pomoże Ci wydobyć z nich to, co najpiękniejsze.



1. Peeling ust – kryształki cukru i drobinki kokosa w połączeniu z olejem ze słodkich migdałów wygładzą usta i usuną z nich suche skórki. Dodatkowo pobudzą krążenie, dzięki czemu staną się większe i odzyskają żywy kolor!



2. Nawilżenie – i to nie było jakieś Masło Shea i kakaowe, olej rycynowy i ze słodkich migdałów to naturalna bomba nawilżenia dla ust! Używaj masła do warg nie tylko po peelingu, ale stale w ciągu dnia, zapewniając im odżywienie, nawilżenie i blask!



3. Konturówka chcesz delikatnie powiększyć i zaznaczyć brzeg ust? Wizażystki gwiazd mają na to sposób! Zamień ciężko sznirk na obrysowanie ust konturówką w kolorze Twoich wypełnionych warg. Możesz lekko wyjechać poza ich obręb, aby optycznie je powiększyć. Nadmiar możesz opuszkami palców.



ZAMAWIAM SOCZYSTY DUET!



Odkryj nasze nowości i znajdź wszystko czego Ci trzeba
by przetrwać pierwszy powiew jesieni.

ZOBACZ NOWOŚCI



7. Treść wiadomości, czyli jak pisać, by mnie czytali

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.



ZAPACHOWE SOLNICKI, ZAPACHOWE WORECZKI CZY FILCOWE KRAŻKI?

TRENUJEMY ZMYŚŁ WĘCHU 🧠

Witaj `first_name_test` w naszym czwartkowym newsletterze!

Dzisiaj skupimy się na zmysle węchu. Zapach może obudzić wspomnienia, przywołać emocje, wywołać uśmiech na twarzy, a nawet łzy w oczach.

1

Wraz z rozwojem dziecka poprzez zmysł powonienia poznaje otaczający go świat, doskonali funkcje poznawcze, tj. koncentracja, uwaga i pamięć, oraz identyfikuje się z danym środowiskiem.

2

Stymulacja węchowa może pomóc w lepszym skupianiu uwagi i efektywnym pozyskiwaniu i przyswajaniu informacji o świecie.

3

Stymulacja węchowa może również działać na organizm uspakajająco lub pobudzająco.

4

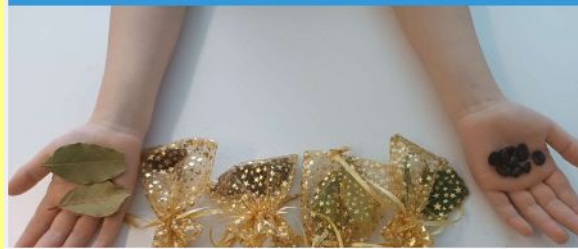
Zapachy mają silny wpływ na nasze odczucia i pamięć.

5

Zmysł węchu wpływa także na kształtowanie preferencji smakowych u dziecka oraz wsparcie diety.

JAK TRENOWAĆ WĘCH?

Przygotuj małe, materiałowe woreczki, do których włożycie różnorodne produkty zapachowe: kawę, sól do kąpiel, liść laurowy, goździki, laskę cynamonu, watę nasączoną perfumami, itp.



8. Skuteczny przycisk “Call to Action”

- Wyróżnij go kolorem
- Ogranicz ilość słów
- Ustaw we właściwym miejscu
- Zadbaj o wielkość
- Użyj języka korzyści

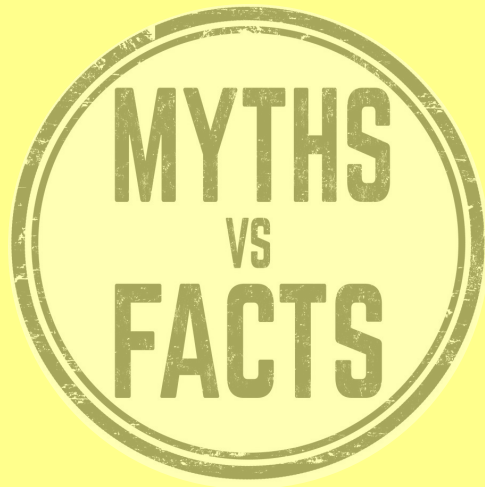


9. Personalizacja

- Per imię
- Buduj relację
- Nawiązuj do zachowania klienta
- **Personalizacja = segmentacja**



Newsletterowe fakty i mity



**1. Nowy klient lub powracający
— to nie ma znaczenia, wyślę
mu tę samą treść**

**2. Wyższa częstotliwość e-maili,
wyższa rezygnacja z subskrypcji
za każdym razem**

2. Wyższa częstotliwość e-maili, wyższa rezygnacja z subskrypcji za każdym razem

Liczba wysyłek	↑ Współczynnik otwarć	Współczynnik kliknięć	Stosunek kliknięć do otwarć	Współczynnik wypisów	Współczynnik zgłoszeń do spamu
1	35.53%	4.31%	12.13%	0.17%	0.01%
13	34.73%	3.83%	11.02%	0.10%	0.01%
10	32.79%	3.53%	10.76%	0.12%	0.01%
2	32.27%	3.06%	9.49%	0.13%	0.01%
11	29.68%	2.11%	7.09%	0.10%	0.01%
9	29.56%	2.80%	9.46%	0.11%	0.01%
5	29.49%	2.68%	9.10%	0.11%	0.01%

Liczba wysyłanych newsletterów tygodniowo

Źródło: <https://www.getresponse.pl/baza-wiedzy/raporty/email-marketing-statystyki#number-of-newsletters-per-week>

3. Moi subskrybenci chcą nimi być

4. Higienizacja

= usuwanie bazy

4. Higienizacja = usuwanie bazy

Wielkość listy	Współczynnik otwarć	Współczynnik kliknięć	Stosunek kliknięć do otwarć	Współczynnik wypisów	Współczynnik zgłoszeń do spamu
1. 250-499	70.34%	14.06%	19.99%	0.21%	0.02%
2. 500-999	55.97%	10.05%	17.96%	0.20%	0.02%
3. 1000-2499	39.99%	5.41%	13.52%	0.16%	0.01%
4. 2500-4999	35.81%	3.81%	10.63%	0.16%	0.01%
5. 5000-9999	27.81%	2.52%	9.06%	0.11%	0.01%
6. 10000-24999	28.48%	2.56%	8.98%	0.13%	0.01%
7. 25000-49999	23.06%	1.60%	6.95%	0.11%	0.01%
8. 50000-99999	20.60%	1.25%	6.06%	0.07%	0.01%
9. 1000000+	3.44%	0.00%	0.00%	0.06%	0.02%

Średnie wyniki według wielkości listy – Czy email marketerzy z dużymi bazami osiągają lepsze wyniki?

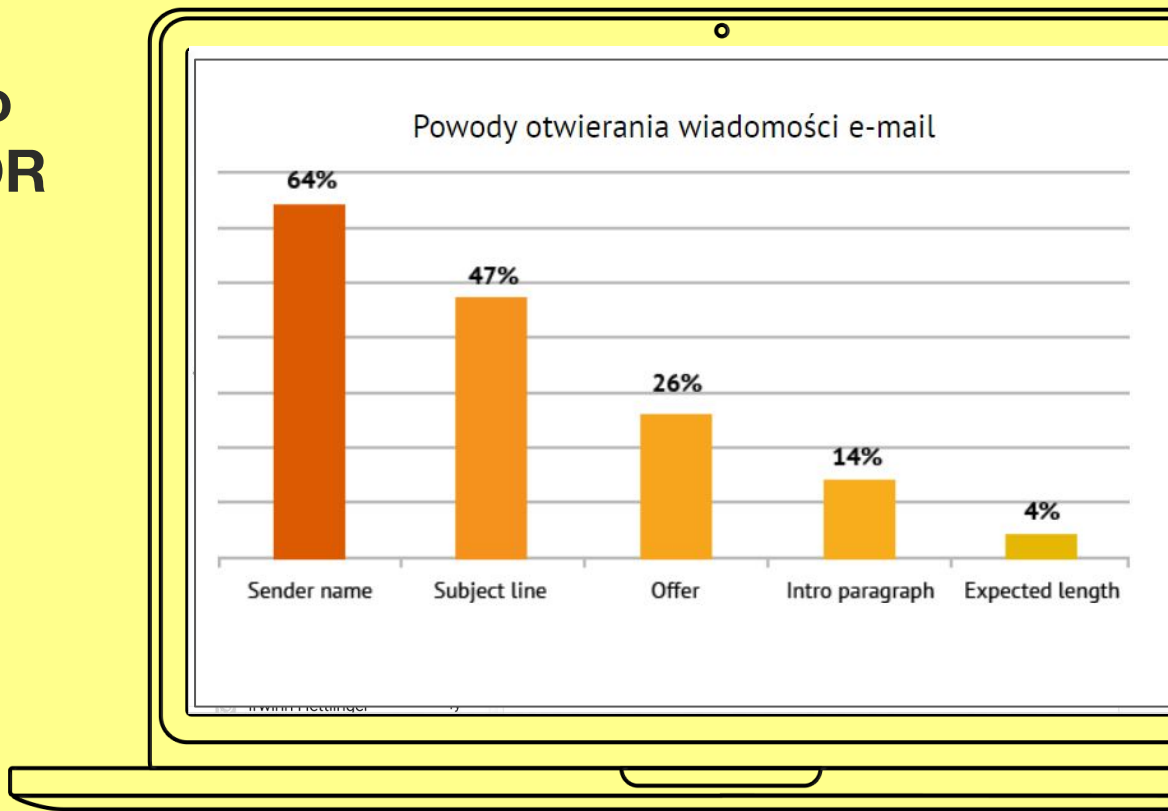
Źródło: <https://www.getresponse.pl/baza-wiedzy/raporty/email-marketing-statystyki#average-results-by-list-size>

5. Temat jest kluczem do wysokich wskaźników OR

5. Temat jest kluczem do wysokich wskaźników OR

W badaniach *Marketing Charts* za czynniki determinujące otwieralność maila wskazuje kolejno:

- Nazwę nadawcy
- Temat wiadomości
- Ofertę
- Akapit wstępny (preheader)
- Długość tematu

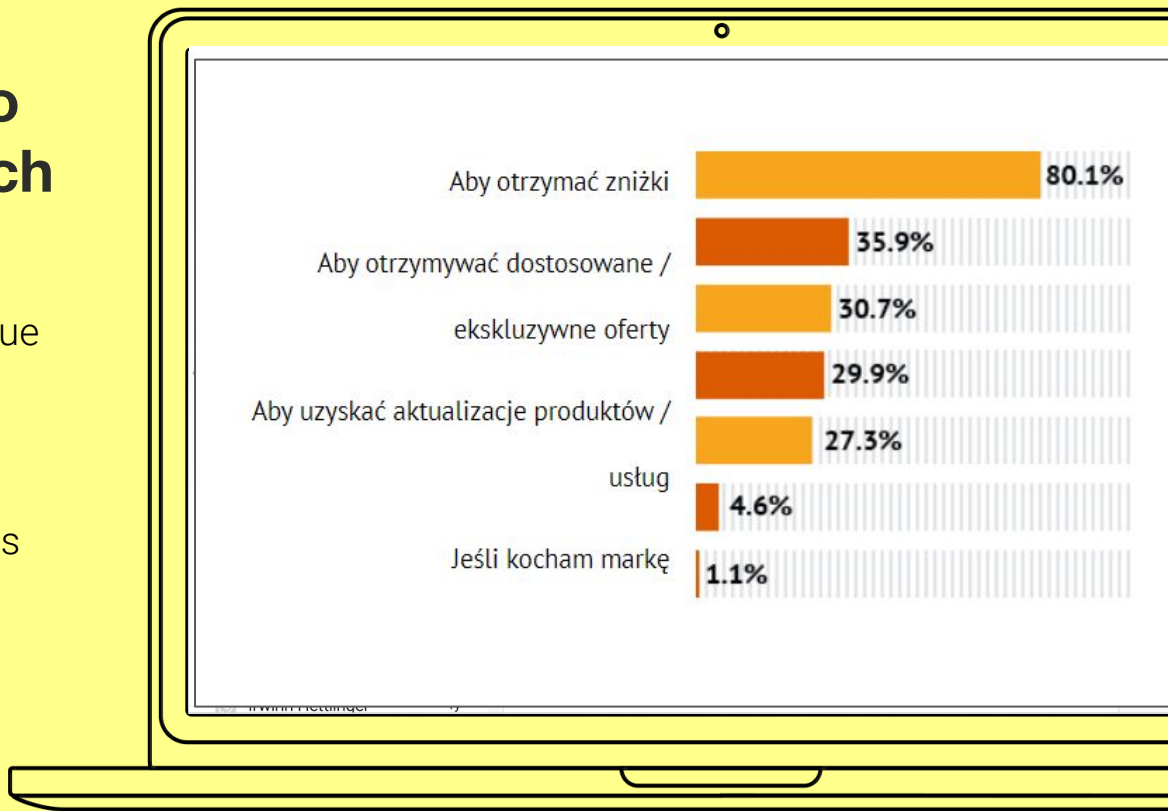


6. Jak newsletter to tylko informujący o promocjach

6. Jak newsletter to tylko informujący o promocjach

Użytkownicy w badaniu Consumer View Report przeprowadzonym przez firmę Blue Hornet w 2014 odpowiedzieli na pytanie:

Którym czynnikiem się kierujesz, podczas zapisu do newslettera?



6. Jak newsletter to tylko informujący o promocjach

Spytaj swoich klientów jakie treści i jak często, chcą je otrzymywać.

Przydatne narzędzia do tworzenia formularzy:

- [WEBANKIETA](#)
- [INTERANKIETY](#)
- [SURVEYMONKEY](#)
- [TYPEFORM](#)
- [JOTFORM](#)
- Ankieta Google — ogólnodostępna

Zainspiruj się!

innymi.
Suuuuper, co? 🤩🤩

MEGA WYPRZ z przecenami do **-68%** jest dla Ciebie dostępna JUŻ
TERAZ!

Sprawdź jakość i styl nowości od marki Puma® ✓



ROBIĘ ZAKUPY » 🎁

Potrzebujesz plecaka?



Jak oceniasz nasz newsletter?



Powered by **Typeform**

Życzymy samych udanych zakupów.

6. Jak newsletter to tylko informujący o promocjach

Co możesz zawrzeć w swoim newsletterze?

Blog — to gotowe treści do umieszczenia w newsletterze. Przy okazji zwiększysz liczbę odśłon swoich wpisów! Edukujesz odbiorców i budujesz z nim relację.

Porady, jak korzystać z produktu lub usługi

Testymoniale — pochwal się opiniami klientów

Ciekawostki, historie — tzw. storytelling

Treści premium — nie dla wszystkich



Patrycja z ANSIN

ANSIN



Cześć!

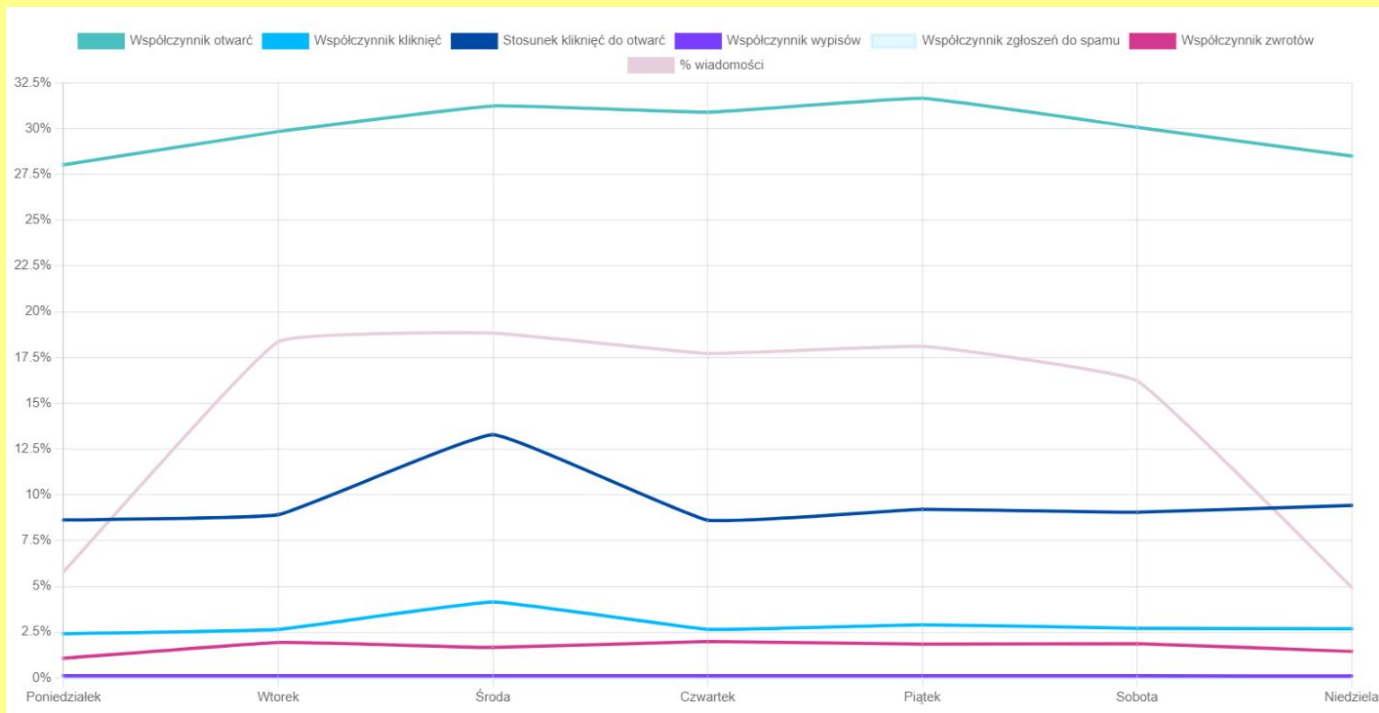
Dzisiejszą wiadomość zacznę pytaniem - czy wiesz po czym rozpoznać, że sukienka czy spodnie są naprawdę dobrej jakości? Poniżej rozprawię się z mitami na temat odzieży dobrej jakości, a także podpowiem, na co zwrócić uwagę podczas zakupów.

- Pamiętaj, że **drogie nie zawsze znaczy porządne**. Istnieją brandy pozycjonujące się jako premium, produkujące jednocześnie średniej jakości ubrania z kiepskimi składami. Przy każdym zakupie zwracaj zatem uwagę na skład - to absolutna podstawa.
- Wysokogatunkowy materiał to podstawa, ale ubrania dobrej jakości cechuje coś jeszcze... staranny wykrój i szycie! Zwróć uwagę na **jakość skrojenia i szwów** – w tym celu wywróć ubranie na drugą stronę, możesz też delikatnie je naciągnąć. Jeśli zauważysz przy szwach drobne dziurki, to znak, że dana rzecz zdecydowanie nie jest wysokiej jakości.
- Możesz mieć pewność, że **w ubraniach wysokiej jakości ze szwów nie będą wychodzić nitki, a guziki będą odpowiednio mocno przyszyte** i również pozbawione odstających, pojedynczych nitek.

PRZECZYTAJ WPIS NA BLOGU I DOWIEDZ SIĘ WIĘCEJ O JAKOŚCI

7. Najlepiej od poniedziałku do piątku

7. Najlepiej od poniedziałku do piątku

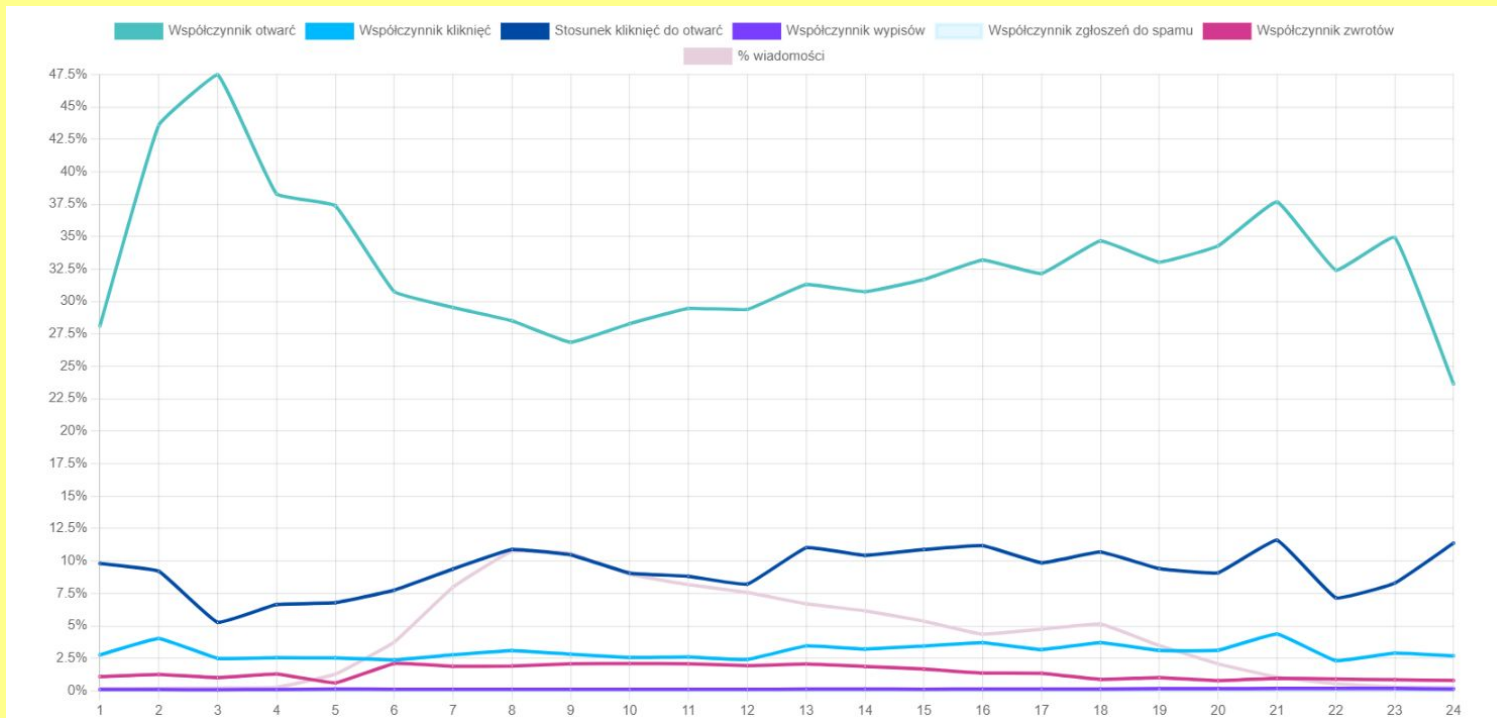


Wyniki w zależności od dnia tygodnia

Źródło: <https://www.getresponse.pl/baza-wiedzy/raporty/email-marketing-statystyki#results-by-day-of-week>

8. Najlepiej rano

8. Najlepiej rano



Wyniki w zależności od pory dnia

Źródło: <https://www.getresponse.pl/baza-wiedzy/raporty/email-marketing-statystyki#results-by-hour-of-day>

9. Testuj z Newsletterem A/B

10. Nie mogę wysłać tego samego maila ponownie

10. Nie mogę wysłać tego samego maila ponownie

Korzystaj z funkcji ponownej wysyłki kampanii
(w edrone resend OPCA i NOCA).

