

E-mail marketing



SEZNAM DO ZAČÁTKŮ

- ☐ **Vyberte si NÁSTROJ, který budete pro newsletter používat**
TIP: Uvažte, jestli je dost používaný. Má češtinu? Co vše je zadarmo? Kolik stojí?
- ☐ **Založte si novou adresu, ze které budete maily posílat**
TIP: Když posíláte všechny e-maily z jedné adresy, e-mailové schránky mají problém s tříděním.
- ☐ **Založte si účet a nastavte si jej**
TIP: Pokud máte vlastní web, bude to vyžadovat ověření domény. Někdy to trvá déle.
- ☐ **Nahrajte do databáze všechny stávající kontakty**
TIP: projděte si také objednávky, které přišly přes sociální sítě nebo přes osobní doporučení.
- ☐ **Vymyslete MAGNET (nebo NEmagnet)**
TIP: Tento krok můžete klidně trochu odfláknout a vylepšovat jej kdykoliv později.
- ☐ **Vytvořte přihlašovací formulář (opt-in)**
TIP: Je dobré vyžádat si v něm i křestní jméno, abyste pak mohli personalizovat e-maily.
- ☐ **Vytvořte přihlašovací stránku**
TIP: Pokud máte web, udělejte ji tam, jinak ji vytvořte přímo v nástroji na e-mailing.
- ☐ **Otextujte stránku s potvrzením o přihlášení**
TIP: Používejte dvojité potvrzení a vyzvěte uživatele, ať si zkontrolují mail a potvrdí přihlášení.
- ☐ **Připravte potvrzovací e-mail**
TIP: Upravte texty i grafiku tak, aby odpovídala komunikaci vaší značky.
- ☐ **Vymyslete, kam všude výzvu k přihlášení dáte**
TIP: Nebojte se opakovat. Je normální, že máte pocit, že už to každému musí lézt krkem.
- ☐ **Přidejte odkaz na přihlášení na váš web**
TIP: Odkaz patří určitě na stránku O nás, do patičky, na závěr každého článku na blogu.
- ☐ **Přidejte odkaz na vaše sociální sítě**
TIP: Vytvořte připnutý příspěvek na Instagramu, na Facebooku jej dejte do úvodní fotky.
- ☐ **Vyberte si šablonu e-mailů a přizpůsobte ji vaší značce**
TIP: použijte barvy a fonty vaší značky, zakomponujte vaše grafické prvky a logo.
- ☐ **Pošlete PRVNÍ E-MAIL 🎉🎉🎉**
TIP: Řekněte si o zpětnou vazbu, buďte vřelí a osobní, abyste si se čtenáři vytvořili vztah.
- ☐ **Naplánujte si nahrubo další tři měsíce e-mailingu**
TIP: Pište ideálně co dva týdny, vyhradte si na to konkrétní čas a dejte si to do kalendáře.

DALŠÍ DOPORUČENÍ

- ☐ **Propojte e-shop s nástrojem na newslettery**
TIP: Klíčové je přidávat do databáze stávající zákazníci. Je pravděpodobné, že nakoupí znovu.
- ☐ **Upravte transakční e-maily tak, aby odpovídaly vaší značce**
TIP: I potvrzení objednávky, platby nebo odeslání zboží může zákazník bavit a potěšit.
- ☐ **Zapisujte výsledky vašich rozesílek a vyhodnocujte**
TIP: Zahrňte statistiku e-mail marketingu do vaší podnikatelské rutiny.
- ☐ **Vytvořte uvítací sérii tří e-mailů**
TIP: První e-mail je uvítací, druhý bude o vás a vaší značce, třetí seznámení s nabídkou.
- ☐ **Pravidelně promazávejte databázi o neaktivní kontakty**
TIP: Neaktivním napište, že chystáte čistku a že se mají přihlásit znovu, pokud chtějí zůstat.
- ☐ **Přihlašte se do newsletteru alespoň pěti úspěšných tvůrců**
TIP: Nekopírujte, ale inspirujte se.

PRO POKROČILÉ

- ☐ **Přidejte do transakčních e-mailů odkazy na související zboží**
TIP: udělejte to chytře, aby zákazník nakoupil znovu, ale nešvalo ho, že bude platit poštovné.
- ☐ **Nastavte e-maily pro hodnocení a zpětnou vazbu**
TIP: Říkejte si často o zpětnou vazbu. Je to pohled do zpětného zrcátka vašeho podnikání.
- ☐ **Nastavte e-maily pro připomenutí opuštěného košíku**
TIP: Je mnoho důvodů, které zákazníkům zabrání dokočit objednávku. Připomeňte se jim.
- ☐ **Rozdělte kontakty na segmenty podle jejich zájmů**
TIP: Kouzlo e-mail marketingu je, že jej můžete velmi dobře cílit a personalizovat. Využijte to.
- ☐ **Vytvořte automatické sekvence**
TIP: Odeslání e-mailu je možné navázat na uživatelské akce, nemusíte vše posílat hned a všem.

