

Video

#55



Jak na

e-mail

marketing

**Den, kdy se pořádně
pustíte do e-mail
marketingu,
je den, kdy jste
začali brát své
podnikání vážně.**

Deborah Engelmajer
Tizzit.co

Kdy posíláte
zákazníkovi
maily?



NEWSLETTER

- pravidelné rozesílky

Automatizace

- potvrzení přihlášení
- úvodní sekvence
- opuštěný košík
- související zboží
- zboží znovu skladem

Transakční emaily

- objednávka
- platba
- odeslání
- hodnocení
- zboží znovu skladem
- ...

Nebudu
tím lidi
otravovat?

Čtou

lidi

e-maily?

Pojmy:

OpenRate = otevíranost
kolik % lidí email otevře

CTR = proklikovost
kolik % lidí klikne na odkaz

Konverzní poměr
Kolik lidí nakoupí

emaily

sociální sítě

OPEN rate
20 - 30 %

Dosah
5 %

CTR
3 - 7 %

Zapojení
0,5 - 1 %

Konverze

weby obecně

1 %

Etsy

1 - 2 %

emaily

2 - 5 %

Co je na
mailingu
těžké?

Nemám nad
sebou bič toho,
že jsou mé
“příspěvky” vidět.
Nikdo nevidí, co
jsem vše udělala.

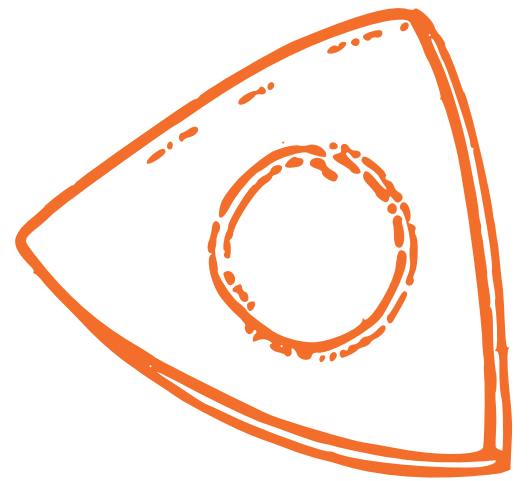
Co je
výhoda
mailingu?

Nemám nad
sebou bič toho,
že jsou mé
“příspěvky” vidět.
Nikdo nevidí, co
jsem vše udělala.

Jak

- zvýšit metriky,
- ušetřit,
- mít lepší pocit
z posílání
mailů?

**Promazávat
pravidelně
neaktivní
kontakty!**



Jaký použít nástroj?



ecomail.cz



INTUIT
mailchimp

mailer lite

leadhub

Jaký nástroj nepoužívat?

~~SEZIAM.CZ~~

~~Gmail~~

Jak sbírat emaily?

Opt-in formulář

- vložený do stránek
- přímo stránka od poskytovatele mailingu (nemusím vůbec mít web)

Jak sbírat emaily?

Stávající zákazníci

- nemusím mít explicitní souhlas, ale je to lepší
- “oprávněný zájem”
- musí mít možnost se lehce odhlásit

Jak nesbírat emaily?

- lidé od kterých nemám souhlas
- ani oprávněný zájem
- emaily zákazníků z Etsy bez jejich souhlasu
- nakoupené databáze
- kontakty z webu

Jak tam lidi dostat?

- Něco jim slíbit
(magnet)
- Mít s lidmi takový
vztah, že budou stát
o zprávy ode mě “jen
tak”

(ale i tak je musím pozvat)

Jak na stávající zákazníky

Z vlastního webu:

- prostě ji začít psát a uvidím, jestli se odhlásí.
- dát jim důvod setrvat

Jak na stávající zákazníky

Z Etsy:

- dát odkaz na opt-in všude, kde to jde
- nabídnout výhodu zpětně
- dát kartičku do balíčku

Jak na stávající zákazníky

Z Fleru:

- dát kartičku do balíčku
- napsat SMSku
 - ne hromadně!
 - osobní
 - navázat na objednávku
- zavolat

MAGNET

- Ať vám nedá víc práce a nestojí víc peněz, než co vám přinese
- Ať novým zákazníkům nedá větší výhodu, než těm stávajícím

MAGNET

- Opatrně se slevami
- Raději přidat hodnotu:
 - Dárek k objednávce
 - Poštovné zdarma
 - Losování

MAGNET

- Něco ke stažení
 - Těžké přijít na něco, co dává smysl
- Něco zábavného
 - kvíz

NEmagnet

Přitáhnout si lidi, kteří
jsou ochotni odebírat
emaily jen kvůli tomu,
že

- chtějí vidět novinky
- baví je můj obsah

Co je důležitější, než magnet?

- Neustále lidi do newsletteru lákat
- Ze sociálních sítí směřovat lidi spíš do opt-inu, než přímo k objednávce

Co jim
mám ale
psát?

Stejná otázka, jako co dávat na sociální sítě.



Co posílat?

- Pište, jako byste se bavili s kamarádkou, se kterou máte společnou vášeň
- Využijte to, že nemáte omezení - na délku, na obrázky, na odkazy

Co posílat?

V mailu máte klid
probrat:

- Kdo jste, co děláte
- Představit nabídku
- Co se aktuálně děje
- Rozběhnout
konverzaci

Co posílat?

Nechte si od
přihlášených poradit,
co je baví:

- vyhodnocujte
 - Open-rate
 - CTR
 - Konverze

Co posílat?

Nebo se jich zeptejte:

- anketou
- přímo v mailu

Rozved'te, co vám
fungovalo na soc. sítích

Co posílat?

**Nebojte se opakovat.
Většině lidí to vadí daleko
méně, než si myslíte**

**Využijte segmentaci
Zdařilé mail posílejte těm,
kteří je ještě nečetli.**

Jak často posílat?

- Nejméně jednou za měsíc
- Nejvíce jednou za týden

Vyhodnocujte
a nebojte se

**Chcete
tento měsíc
rozjet e-mail
marketing?**

S předpatným dostanete:

- Checklist do začátků
- Seznam tipů na magnet
- Tipy na obsah + zpětnou vazbu
- Tabulku na vyhodnocování
- Přístup k archivu videí

Kde předplatné najdete?

hadmadebyznys.cz/video

