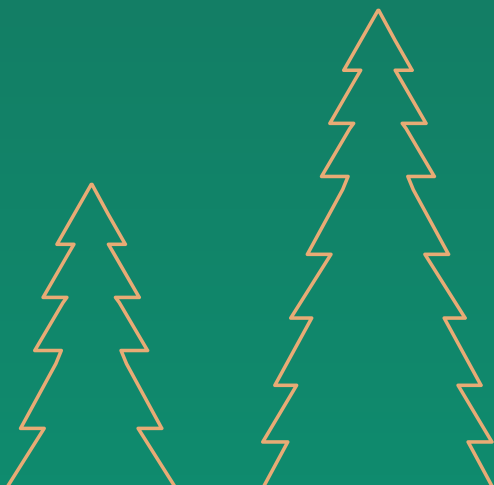




WIELKA ŚWIĄTECZNA E-MAILINGOWA CHECKLISTA



ecomail



Okres świąteczny to wyjątkowa okazja do zwiększenia sprzedaży, a e-mailing jest jednym z najskuteczniejszych sposobów komunikacji z klientami. W tej checkliście podpowiemy Ci, jak najlepiej wykorzystać ten okres, aby zapewnić swojej firmie bogate Święta Bożego Narodzenia 🎄

Checklista zawiera:

- ✔ Listę zadań na końcu każdego rozdziału
- ✔ Wskazówki dotyczące konkretnych kampanii
- ✔ Przykłady z praktyki



01 | PLAN I STRATEGIA

Podsumowanie minionego roku









Wykorzystaj dane zebrane w poprzednich kampaniach e-mailowych. Zobacz, które kampanie odniosły sukces i wykorzystaj je jako inspirację na tegoroczny sezon. W oparciu o istniejące dane będziesz w stanie wysłać odpowiednie oferty do klientów i zwiększyć prawdopodobieństwo zakupu w twoim e-sklepie.



Przygotuj plan kampanii świątecznej

Zaplanuj konkretne kampanie e-mailowe **z wyprzedzeniem**. Będziesz mieć pod kontrolą, ile tak naprawdę chcesz ich wysłać, i w ten sposób lepiej i bardziej szczegółowo zaplanować czas wysyłek. Ponadto unikniesz przygotowywania kampanii na ostatnią chwilę.

Zainspiruj się naszym kalendarzem. Spójrz na nadchodzące wydarzenia i oceń, czy warto uwzględnić je w swoim harmonogramie. Nie zapominaj, że nie musisz wysłać tylko e-maili sprzedażowych. Twój klient w zaspce ofert promocyjnych docenią także inny rodzaj treści e-maili. Kampanie content marketingowe są również świetne do budowania relacji z odbiorcami.

PONIEDZIAŁEK	WTOREK	ŚRODA	CZWARTEK	PIĄTEK	SOBOTA	NIEDZIELA
20. 11.	21. 11.	22. 11.	23. 11.	24. 11. Black Friday 	25. 11.	26. 11.
27. 11. Cyberponiedziałek 	28. 11.	29. 11.	30. 11.	1. 12.	2. 12.	3. 12. Niedziela Adwentu
4. 12.	5. 12.	6. 12. Mikołaj 	7. 12.	8. 12.	9. 12.	10. 12. Niedziela Adwentu
11. 12.	12. 12.	13. 12.	14. 12.	15. 12.	16. 12.	17. 12. Niedziela Adwentu
18. 12.	19. 12.	20. 12.	21. 12.	22. 12. Pierwszy dzień zimy 	23. 12.	24. 12. Wigilia Bożego Narodzenia 
25. 12. Poświęteczne promocje 	26. 12. Poświęteczne promocje	27. 12.	28. 12.	29. 12.	30. 12.	31. 12. Sylwester 
1. 1. 2024 Nowy Rok 						

01 | PLAN I STRATEGIA

tip Przygotuj komunikację poświęconą na czas – wielu klientów na nią czeka. Ci, w ramach promocji, robią zakupy głównie **dla siebie**, dlatego warto odpowiednio dostosować pod to ofertę. Świetnie pomoże Ci w tym segmentacja, która podzieli Twoje kontakty według tych samych aktywności – dzięki nim możesz wysłać maila na przykład do tych osób, które odwiedziły Twój e-sklep przed świętami, ale nie dokonały zakupu.

Możesz również **podziękować** swoim klientom za lojalność, **złożyć życzenia** z okazji nowego roku albo wykorzystać postanowienia noworoczne w **motywacyjnych newsletterach**.



LISTA ZADAŃ

- Przeanalizuj wyniki zeszłorocznych kampanii i zobacz, które z nich działały najlepiej
- Opracuj realną strategię świąteczną
- Ustal konkretny plan kampanii
- Zastanów się nad komunikacją po świętach

02 | KAMPANIE E-MAILOWE

Przyciągnij uwagę


Ecomail wysyła o jedną trzecią więcej wiadomości e-mail w okresie świątecznym niż w pozostałej części roku. Dbaj więc o to, że przyciągasz uwagę odbiorców. Skoncentruj się na informacjach, które odbiorca zobaczy w pierwszej kolejności: **nazwa nadawcy**, **temat e-maila i preheader**. Ze statystyk wynika, że nazwa nadawcy ma wpływ na otwarcie z 72%, temat z 12% a preheader z 8%.

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	eobuwie.pl	Odebrane	Prezent, którego nie możesz przegapić
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Notino	Odebrane	-15% na wszystko! Omiń świąteczne szaleństwo z kodem ALL15
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Podróże Małe i Duże	Odebrane	Zostań gwiazdką Świąt - Podaruj Przeżycie
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Ewa, Świat Doznań	Odebrane	Magiczne i iskrzące Świąta z Światem Doznań
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Mixit.pl	Odebrane	Własny kalendarz adwentowy z mąsli, kaszy i orzechów


tip Pozwól sztucznej inteligencji pomóc Ci z tematem e-maila. Nowa funkcja w Ecomail oferuje w sumie **6 alternatyw**, z których możesz wybrać tę najlepszą. Funkcja ta, która jest darmowa dla wszystkich, znajduje się w zakładce „Ustawienia” podczas tworzenia kampanii.







02 | KAMPANIE E-MAILOWE

Temat wiadomości e-mail 44 znaki

Prezent dla Ciebie - Zniżka -20% na wszystko 

Zalecana długość to 55 znaków standardowego tekstu lub 50 znaków przy użyciu 1x emoji lub 45 znaków przy użyciu pozdrowienia.

 Generowanie obiektu przy użyciu AI x

- Parafraza** 
Prezent dla Ciebie - Obniżka 20% na wszystkie produkty
- Mniej formalny** 
Mam dla Ciebie prezent! - Rabat 20% na wszystko
- Mniej formalnie z emoji** 
Mam dla Ciebie prezent! 🎁 - Rabat 20% na wszystko
- Formalny** 
Prezent dla Pana/Pani - Zniżka 20% na wszystkie produkty
- Bardziej formalny** 
Zniżka -20% na wszystko
- Dłuższy** 
Niesamowity prezent dla Ciebie! Skorzystaj z obniżki 20% na wszystkie produkty

Dostosuj treść wiadomości e-mail

W okresie świątecznym głównym celem newsletterów jest to, by **wprowadzić odbiorcę w świąteczny nastrój** i skłonić go do przejścia na Twoją stronę internetową, najlepiej w celu dokonania zakupu. Bądź więc kreatywny, ale jednocześnie pamiętaj o tym, że musisz być również konkretny i zwięzły. Odbiorca w dzisiejszych czasach nie poświęci zbyt wiele czasu, by rozszyfrować, co chcesz mu w e-mailu powiedzieć.



02 | KAMPANIE E-MAILOWE

Zainspiruj się elementami, które pomogą Ci w komunikacji w okresie przedświątecznym:

Kolory świąteczne

Dostosuj szablon do świątecznego wyglądu. Aby zaoszczędzić czas, w Ecomail możesz znaleźć gotowe szablony świąteczne.



Tematyczne pliki GIF i grafiki

GIFy mogą wyróżnić maila i często rozbawią odbiorcę. Wybierz ten najlepszy bezpośrednio z banku zdjęć i GIFów, który jest połączony z edytorem szablonów w Ecomail. Pamiętaj, że grafika nie powinna zajmować więcej 40% powierzchni.

Odliczanie czasu

Stwórz w kliencie poczucie pilności i zmotywuj go do działania. Ustaw licznik czasu w wiadomości e-mail umieszczony idealnie u góry, tak aby był zauważalny.



Sprawdź, jakie są korzyści, i jak umieścić go w swoim e-mailu za pomocą Ecomail.

Przekonaj klienta o swej wartości

Postaraj się przekonać klienta, że Twój e-sklep będzie właściwym wyborem do zakupu. Nie bój się podkreślać powody, dla których powinni kupić właśnie u Ciebie. Komunikuj, w czym jesteś lepszy od konkurencji i pokaż na przykład recenzje lub nagrody.



02 | KAMPANIE E-MAILOWE

Dostawa przed Wigilią

Dołączona do każdej grudniowej wiadomości e-mail powinna być informacja o warunkach dostawy. Na początku adwentu wystarczy tylko krótka wiadomość, ale w miarę zbliżania się Wigilii należy tę informację przekazywać głośniejszym i widoczniej.



tip Pamiętaj, że prawie **85%** użytkowników otwiera e-maile na telefonie komórkowym. Dostosuj więc swoje newslettery do urządzeń mobilnych i przetestuj, jak wyświetla się nazwa nadawcy, temat i preheader.

POMYSŁY NA KONKRETNE KAMPANIE

Staraj się łączyć czysto wydajnościowe wiadomości e-mail z bardziej kreatywną komunikacją treściową, które zachwycą klienta i skłonią go do zakupu. Przygotowaliśmy kampanie, które możesz wykorzystać do swojego planu.

Black Friday

Niektórzy przedsiębiorcy kuszą klientów na najbardziej udany dzień dla marketingu e-mailowego przez cały długi rok, więc Black Friday może być postrzegany z pewnym sceptycyzmem. Mimo to warto wykorzystać tę okazję.



02 | KAMPANIE E-MAILOWE

Nie opłaca się sztucznie podnosić cen towarów przed Black Friday. Klienci prawdopodobnie to zauważą i może to **zaszkodzić Twojej marce**. Ponadto teraz obowiązkowym jest wyświetlenie najniższej ceny, za jaką towary zostały sprzedane przez ostatnich 30 dni.

Przewodnik zakupami świątecznymi

Zaplanuj kampanię świąteczną skoncentrowaną na **produktach o tematyce bożonarodzeniowej** lub **doradz odbiorcy, jaki prezent powinien podarować swoim bliskim**. Jeśli uda Ci się zainspirować kupujących we właściwym czasie i ułatwisz im zakup prezentów dla swoich bliskich, wygrasz.



Wiadomości e-mail z elementami personalizacji

Wykorzystaj dane, które posiadasz o swoich klientach dzięki **integracji**, aby wysłać im dopasowaną ofertę. Grupę odbiorców do wysyłki można segmentować na podstawie poprzednich zakupów, odwiedzenia strony, wybranych preferencji lub płci. Świetnie sprawdzają się też **polecane prezenty dla niego, dla niej lub dla dzieci**.



02 | KAMPANIE E-MAILOWE

Oferty specjalne

W okresie świątecznym świetnie się sprawdza sprzedaż **paketów prezentowych** w obniżonej cenie lub okazyjne zestawy. Rabaty i kody świąteczne nie zapomnij czasowo ograniczyć.



Wspieraj markę

Dołącz do swej komunikacji wiadomości e-mail niezwiązane ze sprzedażą, aby poprawić relacje z klientem i wzmocnić swoją markę. Mogą to być porady dotyczące pieczenia, wycieczek lub przewodniki produktów, które klienci mogą wykonać samodzielnie w domu. W treść swej wiadomości spróbuj wstawić również swoje produkty.

Prezenty last minute

Wyślij kampanię z możliwością **ostatniego zamówienia przed Bożym Narodzeniem** lub uratuj spóźnialskich i zaoferuj im prezent, który mogą otrzymać **w kilka minut**. W formie to różnych bonów czy online kart podarunkowych.

tip Nie martw się świątecznymi tekstami. ChatGPT w edytorze szablonów ci pomoże! **Przetestuj swego osobistego copywritera** i zaoszczędź czas podczas pisania newsletterów.



02 | KAMPANIE E-MAILOWE

tip Czy masz udaną kampanię lub treść z zeszłego roku? Stworzyłeś interesujący e-book w ciągu roku? Spróbuj poddać te materiały recyklingowi lub zmienić ich motyw na świąteczny. Ułatwi Ci to pracę w okresie świątecznym.

LISTA ZADAŃ

- Dopracuj nazwę nadawcy, temat e-maila i preheader
- Stwórz szablony w stylu świątecznym
- Dostosuj treści newslettera do sezonu świątecznego
- Wykorzystaj elementy ponagląjące - takie, jak np. **odliczanie czasu**
- Informuj o opcjach dostawy przed świętami
- Zdefiniuj sobie, jakie kampanie będziesz wysyłać
- Zawsze testuj podgląd wiadomości e-mail przed jej wysłaniem



03 | KONTAKTY

Poszerz swoją bazę danych o nowe, jakościowe kontakty

Im więcej potencjalnych klientów, tym większe szanse na hojną sprzedaż świąteczną. Szczególnie teraz, przed świętami, opłaca się zbierać nowe kontakty, które będą aktywne podczas świątecznych i noworocznych wyprzedaży. W związku z tym można opracować **specjalną kampanię lub konkurs, aby zmaksymalizować liczbę zebranych kontaktów.**

Jednym ze skutecznych sposobów jest zbieranie kontaktów za pomocą formularzy. Popularne **pop-upy**, rozwijane paski lub statyczne formularze. Możesz skonfigurować je wszystkie **bezpośrednio w Ecomail**, w tym pop-up dla urządzeń mobilnych.

Nie zapomnij dodać świąteczny akcent do swoich formularzy lub **zaoferować świąteczną treść w zamian za adres e-mail.** Świetnie sprawdzają się przepisy na świąteczne ciasteczka, porady dotyczące dekoracji świątecznych, instrukcje tworzenia wieńców adwentowych, kalendarzy lub kartek świątecznych.



Tak, jak prezenty, zapakuj również swój formularz

03 | KONTAKTY

tip Pracuj z klientami jeszcze wydajniej za pomocą chatbota Smartsupp. Chatbot LeadGen automatycznie dociera do odwiedzających, by zainteresowali się Twoimi produktami lub usługą. Powiadomi ich o ciekawych rabatach czy promocjach i zmotywuje do pozostawienia adresu e-mail, który można następnie wykorzystać w Ecomail.

Zwiększ częstotliwość komunikacji także z nieaktywnymi odbiorcami

Okres przedświąteczny to idealny czas, aby skłonić do zakupu jeszcze większą ilość osób, na przykład mniej aktywne kontakty lub te osoby, które jeszcze nie dokonali u Ciebie zakupu. Wyślij im specjalną kampanię, którą przygotowałeś specjalnie na sezon świąteczny. Regularną komunikację zalecamy utrzymywać jednak tylko z aktywną częścią bazy danych.

Wysyłki według segmentów

Pracuj z danymi klientów, aby wysłać lepiej dopasowane newslettery do różnych grup subskrybentów.

Według aktywności

Wysyłaj częściej wiadomości do osób, które niedawno się u Ciebie zarejestrowały, otwierają wiadomości e-mail, odwiedzają Twoją stronę, dokonują częstych zakupów lub mają wysoką wartość zamówienia. Lepiej jednak wykluczyć z tego segmentu te osoby, którzy kupili coś od Ciebie kilka dni temu.



03 | KONTAKTY

Według kategorii

W zależności od asortymentu, zastanów się, co mogliby Twoi odbiorcy chcieć zakupić przed Bożym Narodzeniem. Spróbuj zaoferować im produkty z kategorii, w której dokonali zakupu. Albo może jakiś produkt komplementarny?

Według płci

Podziel swoją bazę kontaktów według płci i wyślij inną treść wiadomości **dla niej**, a inną **dla niego**.

Nie otworzyli wiadomości e-mail

Przed świętami opłaca się stworzyć segment subskrybentów, którzy nie otworzyli wybranej wiadomości e-mail z ofertą promocyjną i spróbować wysłać ją do nich ponownie. Najlepiej przynajmniej częściowo **zmienić treść e-maila** i wymyślić **nowy temat wiadomości**.

LISTA ZADAŃ

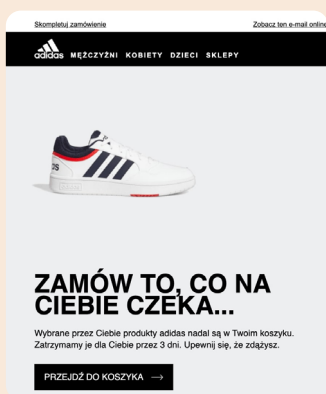
- Skonfiguruj formularze do zbierania kontaktów na Twej stronie
- Stwórz świąteczny formularz
- Zaplanuj kampanię, by pozyskać nowe kontakty (konkurs, e-book do pobrania, ...)
- Komunikuj z mniej aktywną częścią kontaktów
- Wysyłaj kampanie dostosowane pod segmenty

04 | AUTOMATYZACJE

Zautomatyzowane kampanie pomagają zwiększyć liczbę konwersji, a w okresie przed świętami nawet dwukrotnie. Dochody z mailingu mogą pięknie uzupełnić następujące automatyzacje.

Przypomnij o towarach w koszyku

Nawet **70% kupujących nie dokończy transakcji online**. Ustaw automatyzację przypominającą o zostawionych towarach w koszyku – możesz w ten sposób uratować średnio nawet **11% transakcji**.



Zareaguj na opuszczenie strony internetowej

Wykorzystaj moc remarketingu i zwiększ prawdopodobieństwo zakupu. Jeśli użytkownik odwiedził Twoją stronę, ale nie dokonał zakupu, wyślij mu przypomnienie o ostatnio przeglądanych produktach. W Ecomail możesz samodzielnie skonfigurować automatyczny remarketing.

Przywitaj nowych odbiorców zniżką na zakup prezentów

Automatyzacja powitalna jest bardzo skuteczna i jest otwierana średnio w 6 z 10 przypadków. Jeśli się do nich przyłożysz, są one świetnym początkiem budowania solidnej relacji. W okresie świątecznym można je łatwo dostosować – na przykład zamiast zniżki na pierwszy zakup, zaoferuj zniżkę na zakup prezentów.

Wykorzystaj cross-selling

Reaguj na zakupione towary i automatycznie zaoferuj akcesoria, które do niego pasują. Klienci często wydają więcej pieniędzy, niż pierwotnie zamierzali.

Lista życzeń (wishlist)

Jeśli zezwalasz odwiedzającym na zapisywanie produktów na liście życzeń, wykorzystaj również te informacje. Kiedy cena ulubionego produktu spadnie lub zostanie już tylko parę sztuk na stanie, powiadom o tym automatycznie swoich odbiorców. W przypadku marki FreshLabels ta właśnie automatyzacja przynosi 20% sprzedaży z wszystkich uruchomionych automatyzacji.



Wszystko pod kontrolą

TEJA FAMILIA
-15%
na wszystkie pudełka*

*Wszystkie oferty ograniczone do określonej ilości sztuk

Skorzystaj z okazji!
Obowiązuje w dniach 21 i 27.12

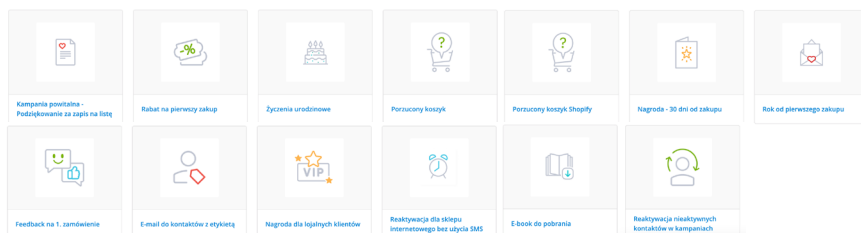
**W porządkach pomogą Ci
wybrane przez nas produkty**

 <p>SWIRA Pudełko z polimera, szary, biały pasek Cena IDEA FAMILIA 33,99 PLN Cena regularna 39,99 PLN</p>	 <p>FALLA Pudełko z polimera, kremowy Cena IDEA FAMILIA 33,99 PLN Cena regularna 39,99 PLN</p>
	

Nagroda 30 dni od zakupu

Klienci często robią zakupy w okresie świątecznym tylko jednorazowo. Jeśli automatycznie przypomnisz im o tym, by po świętach zakupili u Ciebie ponownie, zwiększysz szanse na to, że staną się Twoimi stałymi klientami.

tip Skorzystaj z 14 przygotowanych scenariuszy w Ecomail i skonfiguruj automatyzacje za pomocą kilku kliknięć lub poproś o pomoc w ustawieniu automatyzacji naszych specjalistów. Wystarczy, że wyślesz maila na adres pomoc@ecomail.app.



Przygotowane scenariusze najpopularniejszych automatyzacji w Ecomail

LISTA ZADAŃ

- Skonfiguruj automatyzację porzuconych koszyków
- Skonfiguruj automatyzację ostatnio przeglądanych produktów
- Przywitaj nowych odbiorców za pomocą automatyzacji powitalnej
- Automatycznie zmotywuj klienta do dokonania kolejnego zakupu
- Wykorzystaj kampanie cross-sell

05 | SPECJALNE KAMPANIE DLA CIEBIE

W okresie świątecznym liczba odwiedzających sklepy internetowe gwałtownie wzrasta. Możesz przyciągnąć uwagę odwiedzających dzięki elementom gamifikacji - na przykład używając **interaktywny kalendarz adwentowy**, który pomoże Ci przygotować nasza certyfikowana agencja partnerska **Promogen** we współpracy z Ecomail.

Wzrost współczynnika konwersji jest **co najmniej dwukrotny** w przeciwieństwie do klasycznego pop-upu, niektórzy klienci osiągają jednak nawet **4x wyższe liczby**, a sprzedaż rośnie wprost proporcjonalnie. **Sprawdź demo** zawierające dodatkowe elementy do pozyskiwania kontaktów.



Nie nadążasz?

Przygotuj kampanie świąteczną z naszą pomocą!

Pomożemy Ci w wysyłaniu wiadomości e-mail w okresie świątecznym. Napisz do nas na pomoc@ecomail.app a nasi specjaliści przygotują dla Ciebie wycenę dopasowaną do Twoich indywidualnych potrzeb.

Stworzymy specjalny szablon tylko dla Ciebie, teraz o 20% taniej

Mamy dla Ciebie prezent 🎁 Przygotujemy dla Ciebie indywidualny szablon, który będzie dopasowany do designu i komunikacji Twojej strony internetowej tak, by klient według takiego szablonu od razu wiedział, kto do niego pisze.

Teraz w dodatku o 20% taniej. Wystarczy, że napiszesz do nas na pomoc@ecomail.app i w wiadomości podasz kod **SWIETA20**. Kod jest ważny do 1 grudnia 2023 roku.

Umów się na darmową rozmowę

Bez znaczenia, czy jesteś klientem lub nie, umów się na darmową rozmowę, na której pokażemy Ci aplikację, odpowiemy na wszystkie pytania i przekonasz się, czy Ecomail jest odpowiedni dla Twojej firmy. Umów się na rozmowę wysyłając maila na adres marek@ecomail.app

Skorzystaj z 60 dni okresu próbnego

Załącz konto na ecomail.app/pl i przetestuj aplikację **za darmo i bez limitów** na 60 dni. Wykorzystaj możliwość nieograniczonej wysyłki maili nawet na 40 000 klientów oraz dostęp do wszystkich zaawansowanych funkcji.

Ta oferta wygasa dnia 1. 1. 2024.

