

10+1 tipů

pro e-mailing
v hlavní nákupní sezóně



Obsah ✨

1	Vytvořte strategii a plán sezóny	3
2	Přilákejte nové zákazníky	7
3	Přizpůsobte komunikaci cílové skupině	14
4	Využijte síly jména odesílatele, předmětu a preheaderu .	18
5	Blýskněte se a překvapte vaše publikum	24
6	Připravte speciální kampaně	31
7	Testujte a optimalizujte šablony	40
8	Zvyšte prodeje díky automatizacím	44
9	Sledujte reporty	51
10	Udržte si aktivní zákazníky i po hlavní sezóně	55
+ 1	Sezónní marketingový kalendář	60



Vytvořte strategii a plán sezóny

Vytvořte marketingový plán do konce roku a stanovte cíle, kterých si přejete dosáhnout.

Jak postupovat při tvorbě strategie? 5



Při plánování se zamyslete nad těmito otázkami:

Odpovědi na tyto otázky vám pomohou během formování marketingové strategie pro nadcházející sezónu a správně nasměrují vaše e-mailingové kampaně.



Jaké jsou vaše konkrétní cíle? Chcete zvýšit prodeje obecně nebo prodat konkrétní zboží?



Jaké produkty přinesly největší příjmy? Plánujete je nabídnout znovu?



Budete pracovat se segmenty? Na které segmenty budete posílat určitý obsah a proč?



Chystáte speciální akce v rámci Black Friday, Cyber Monday? Jaké bylo nákupní chování v rámci těchto kampaní minulý rok?



Budete připravovat vlastní speciální vánoční kampaň?



Jaké mezinárodní dny jsou nejdůležitější pro váš produkt / vaše podnikání?



Zvládnete zajistit doručení zásilek do Vánoc ke konkrétnímu datu?



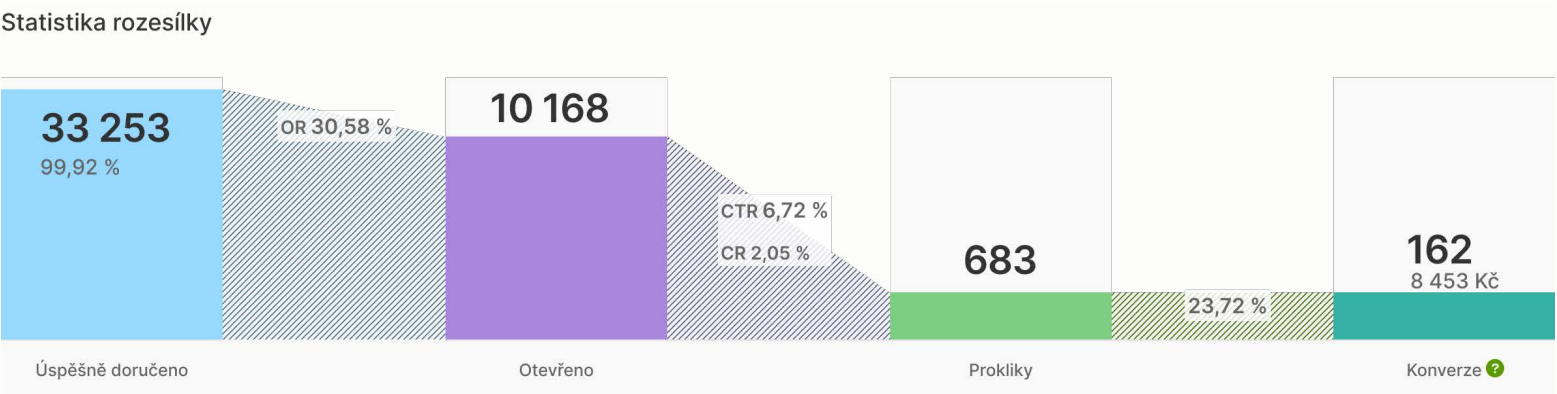
Odměníte věrné zákazníky?

Připravte se na sezónu včas a nic neponechejte náhodě. Udělejte si marketingový plán do konce roku a stanovte cíle, kterých si letos přejete dosáhnout. Díky **strategii** a přesnému plánu kampaní budete vědět, co a kdy máte dělat, a na **přípravu jednotlivých rozesílek budete mít dostatek času**. Nebudete nahánět příležitosti na poslední chvíli a nepropásnete žádnou **šanci pro ideální oslovení vašeho publika**.

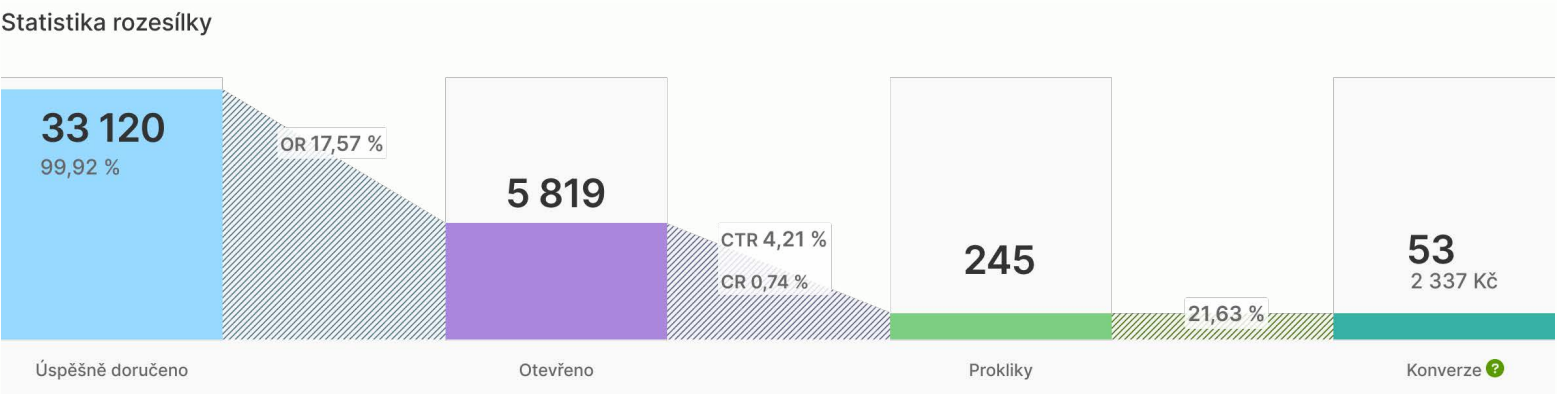
Jak postupovat

1 Vezměte si k ruce **reporty**. Zohledněte statistiky vašich kampaní z loňska a pracujte s konkrétními daty. Zjistěte, co zákazníci nejvíce zaujalo. **Úspěšné kampaně se nebojte maximálně zrecyklovat**. Rozesílky se špatnými výsledky neopakujte nebo nahraďte něčím novým. Nebudete tak vaše publikum zatěžovat zbytečným obsahem, o který nemá zájem.

NL-Adventni-kalendar
Luxusní Vánoce? Ty se skrývají v dnešním adventním dárku 🎁
 Odesláno: 15. 12. 2023



NL-Dior
***[VOKATIV]*, prožijte pohádkové Vánoce se značkou Dior**
 Odesláno: 13. 12. 2023



2 Přizpůsobte se **preferencím** své cílové skupiny a zasílejte zákazníkům co nejvíce relevantní nabídky. Díky tomu podpoříte pravděpodobnost nákupu.

3 Sledujte vaši **konkurenci nebo úspěšné firmy ve vašem oboru**, ale nekopírujte je. Snažte se raději odlišit a přijít s vlastními nápady, které se budou hodit k vaší firmě a u kterých věříte, že přinesou požadované výsledky.

4 Jděte více do detailu. Zvažte, jaké typy kampaní pro dané období připravíte, a také co bude konkrétně jejich obsahem. **Zkombinujte obsahové i prodejní rozesílky.** Můžete si rovnou naplánovat, čím je ozvláštníte – soutěže, časově omezené nabídky, spojení se známou osobností apod.

5 Při tvorbě konkrétního **časového plánu** pamatujte, že kvalita převažuje nad kvantitou. Nepřehánějte to proto s opakovanými prodejními nabídkami, abyste své věrné odběratele spíše neodradili. Inspiraci pro časový plán najdete v našem **+ 1 tipu: Sezónní marketingový kalendář** na konci e-booku.

6 Doporučujeme se v plánování nezaměřovat pouze na Vánoce, ale rovnou si **vymyslet i povánoční kampaně**. Tak si udržíte nové zákazníky, kteří u vás spontánně nakoupili.

LISTOPAD						
PONDĚLÍ	ÚTERÝ	STŘEDA	ČTVRTEK	PÁTEK	SOBOTA	NEDĚLE
28. 10. Den vzniku Československa 🇨🇵	29. 10.	30. 10.	31. 10. Halloween 🎃	1. 11.	2. 11. Památka zesnulých (Dušičky) 🕯️	3. 11.
4. 11.	5. 11.	6. 11.	7. 11.	8. 11.	9. 11.	10. 11.
11. 11. Svatý Martin na bílém koni 🐎	12. 11.	13. 11.	14. 11.	15. 11.	16. 11.	17. 11. Mezinárodní den studentstva & Den boje za svobodu a demokracii 🇪🇺
18. 11.	19. 11. Mezinárodní den mužů 🤝	20. 11.	21. 11. Světový den pozdравů 🍷	22. 11.	23. 11.	24. 11.
25. 11.	26. 11.	27. 11.	28. 11.	29. 11. Black Friday 🛍️	30. 11.	1. 12. První adventní neděle 🌲

Přilákejte nové zákazníky

Formuláře	8
Rozšiřte databázi kontaktů před i během hlavní sezóny.	
Magnety	10
Přitáhněte pozornost potenciálních zákazníků.	
Slevy	11
Odměňte nové kontakty slevovým kupónem.	
Soutěže	12
Atraktivní výhra je ideálním lákadlem.	
Adventní kalendář	13
Zkraťte zákazníkům čekání na Vánoce	

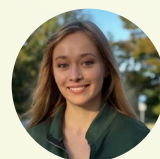


Rozšiřujte databázi kontaktů před i během hlavní sezóny. Kromě zákazníků, kteří u vás nakupují, **aktivně sbírejte kontakty i od pouhých návštěvníků vašeho webu**. Výměnou za poskytnutí e-mailu nabídněte uživateli zajímavý benefit – slevu na první nákup, pravidelné informování o akčních nabídkách formou vašeho newsletteru nebo třeba užitečný obsah.

Jaké formuláře použít

Nové kontakty z webových stránek získáte přes sběrné **formuláře**. Vybírejte mezi **statickým formulářem, vysouvací lištou, pop-up formulářem nebo mobilním pop-upem**. Tyto typy formulářů si snadno vytvoříte v Ecomailu a za pár minut vložíte na váš web.

Sbírejte o kontaktech ty informace, které si myslíte, že následně **využijete pro personalizaci**. Může se jednat o křestní jméno, datum narození nebo preference. Se sběrem dat to ale nepřehánějte, abyste odběratele neodradili. Doporučujeme proto ve formulářích pracovat s povinnými, ale i volitelnými poli.



Lucie Kučerová
CRM & Emailing Specialist, MK Lůžkoviny

„Skvělý způsob, jak získat nové kontakty a zároveň zákazníky motivovat k nákupu, je využití pop-up oken a nabídnutí slevy. Důležité je, aby pop-up okno nepůsobilo rušivě, ale spíše jako příjemné překvapení, které zákazníka zaujme. Pro toto je i klíčové správné načasování zobrazení.“

Nastavte u formulářů potvrzení přihlášení kontaktů, tzv. **double opt-in**. Zajistíte tak, že do databáze neproklouznou neexistující adresy nebo tzv. spam pasti, které negativně ovlivňují výsledky rozesílky.



Petra Stupková
advokátka a zakladatelka
kanceláře Legitas

„Hromadné e-maily můžete zasílat pouze těm kontaktům, u kterých evidujete doložitelný souhlas s odběrem obchodních sdělení, nebo svým aktivním zákazníkům.“

NEWSLETTER

Zadejte Váš e-mail a získajte přístup k pravidelným novinkám.

E-mail

Napište svou e-mailovou adresu

Křestní jméno

Prozradte nám, jak se jmenujete

Chci novinky

Chce vědět, jak bude nakládáno s Vašimi osobní údaji?
Přečtěte si naše [Zásady zpracování osobních údajů](#).

DĚKUJEME!

Potvrďte souhlas s odběrem sdělení ve Vaší e-mailové schránce

První newsletter poté dorazí do několika minut. ✉

Ještě nic? Prohlédněte také složku Hromadná pošta / Spam. 📧

Pokračovat na web



Tip

Podrobněji GDPR v e-mailingu rozebíráme v [tomto článku](#).

Magnety

Lákavé magnety přitahují **pozornost potenciálních zákazníků** – nechte je pracovat za vás. Magnety mohou být hodnotné tipy, užitečné informace nebo praktické postupy, které sdílíte. Poskytněte je zdarma výměnou za kontaktní údaje. Nastavte pro rozesílku automatizaci, která po vyplnění formuláře odešle e-mail s magnetem.



Příklady nejčastějších magnetů:

infografika

vzorky zdarma

checklisty

kalendáře/plánovače

konference

webináře

e-mailové/online kurzy

e-booky

případové studie

Slevy

Odměňte nové kontakty slevovým kupónem, který můžete uplatnit na **první nákup nebo další objednávku**. Druh i výše slevy záleží jenom na vás.

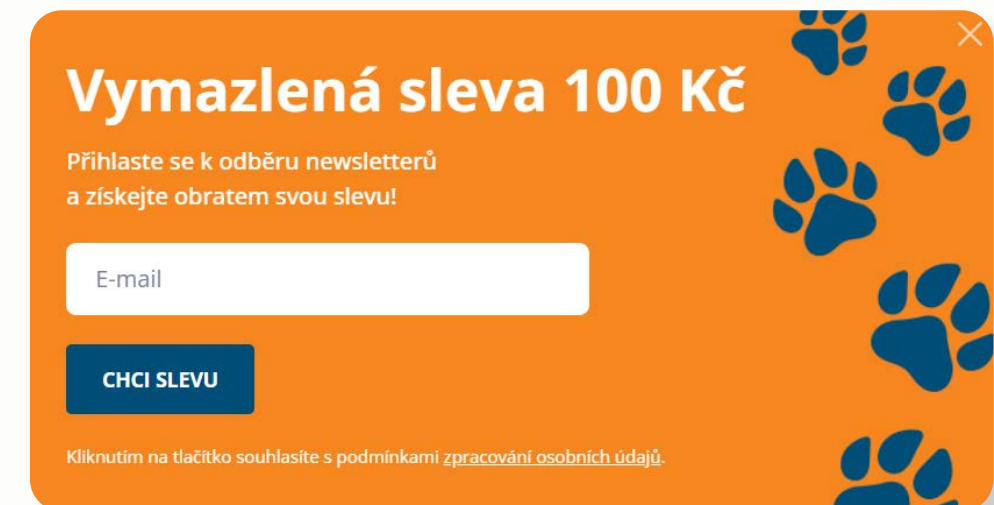
Zvolte, jestli zákazníkům odešlete slevový kupón:

univerzální

Slevový kód, který bude **stejný pro všechny**. Takový kupón můžete použít také v běžných kampaních, propagovat na sociálních sítích a dalších marketingových kanálech.

unikátní

Individuální slevový kód může uplatnit jen ten, komu přijde. Váže se totiž **ke konkrétní e-mailové adrese**. Tento druh slevových kupónů se hodí spíše pro automatizace.



Soutěže

Vánoční soutěže jsou **ideálním lákadlem** pro rychlý růst databáze kontaktů. Nezapomeňte nabídnout **atraktivní výhru**. Typicky e-shopy jako podmínku pro zařazení do slosování využívají soutěžní otázky. Třeba ve formuláři pro přihlášení k odběru newsletteru, při nákupu nebo registraci do věrnostního klubu.



VYHRAJTE PŘEDVÁNOČNÍ DÁREK OD JEŽÍŠKA

Abychom vám nakupování vánočních dárků zpříjemnili, poprosili jsme Ježíška, aby vám nadělil dárek již před Vánocemi. A vznikla z toho **SOUTĚŽ O NÁKUP ZDARMA.**

Soutěž poběží od 1.12. do 7.12. 2023 od půlnoci do půlnoci, tak ji nepropásněte.

Výherci platí nákup Ježíšek.

NAŠE VÁNOČNÍ SRDCOVKA ZA PÁR KORUN

Adventní kalendář

Zkратte zákazníkům čekání na Vánoce tematickým vánočním kalendářem. Oproti běžnému pop-up formuláři zajistí ještě **více nových kontaktů**. Kalendář díky gamifikaci při sběru kontaktů by vám měl přinést **dvojnásobný konverzní poměr**.

Líbí se vám tahle speciální kampaň? Zhotovení adventního kalendáře na míru každoročně nabízí Ecomailem certifikovaná agentura [Promogen](#).



Jakub Pařízek

Senior Email Marketing Specialist, Promogen

„Většina zákazníků je hravých a soutěživých. Proto adventní kalendáře signifikantně zvedají konverzi a akvírují nové zákazníky – zejména v okamžiku, kdy mají lákavý obsah. Kalendář je možné realizovat e-mailingem. Zde ale pozor: záplavu e-mailů přečtou a zvládnou vnímat jen ti nejvěrnější. Vždy je potřeba úzkostlivě hlídat angažovanost publika a v případě jejího poklesu komunikaci omezit. Neméně důležitý je ale plán ,co se zákazníkem po vánocích,‘ tak abychom o něj nepřišli a hodnota kontaktu neklesla na nulu.“



Tip

Nezapomeňte s nově získanými kontakty budovat vztah. Můžete pro ně nastavit speciální sérii automatických e-mailů a zahrnout je do příštích hromadných rozesílek.

Přizpůsobte komunikaci cílové skupině

Segmentujte kontakty 15

Personalizujte rozesílku.

Neaktivní kontakty 16

Pasivní kontakty si zaslouží speciální přístup.

SMS kampaň 17

Rozesílka nemusí být výhradně e-mailová.



V e-mailingovém nástroji shromažďujte jen ty informace, které budete potřebovat pro rozesílku. Získaná data využijte co nejvíce ve svůj prospěch a **posílejte co nejlépe zacílené newslettery různým skupinám odběratelů.**

Publikum můžete rozdělit:

Podle aktivity

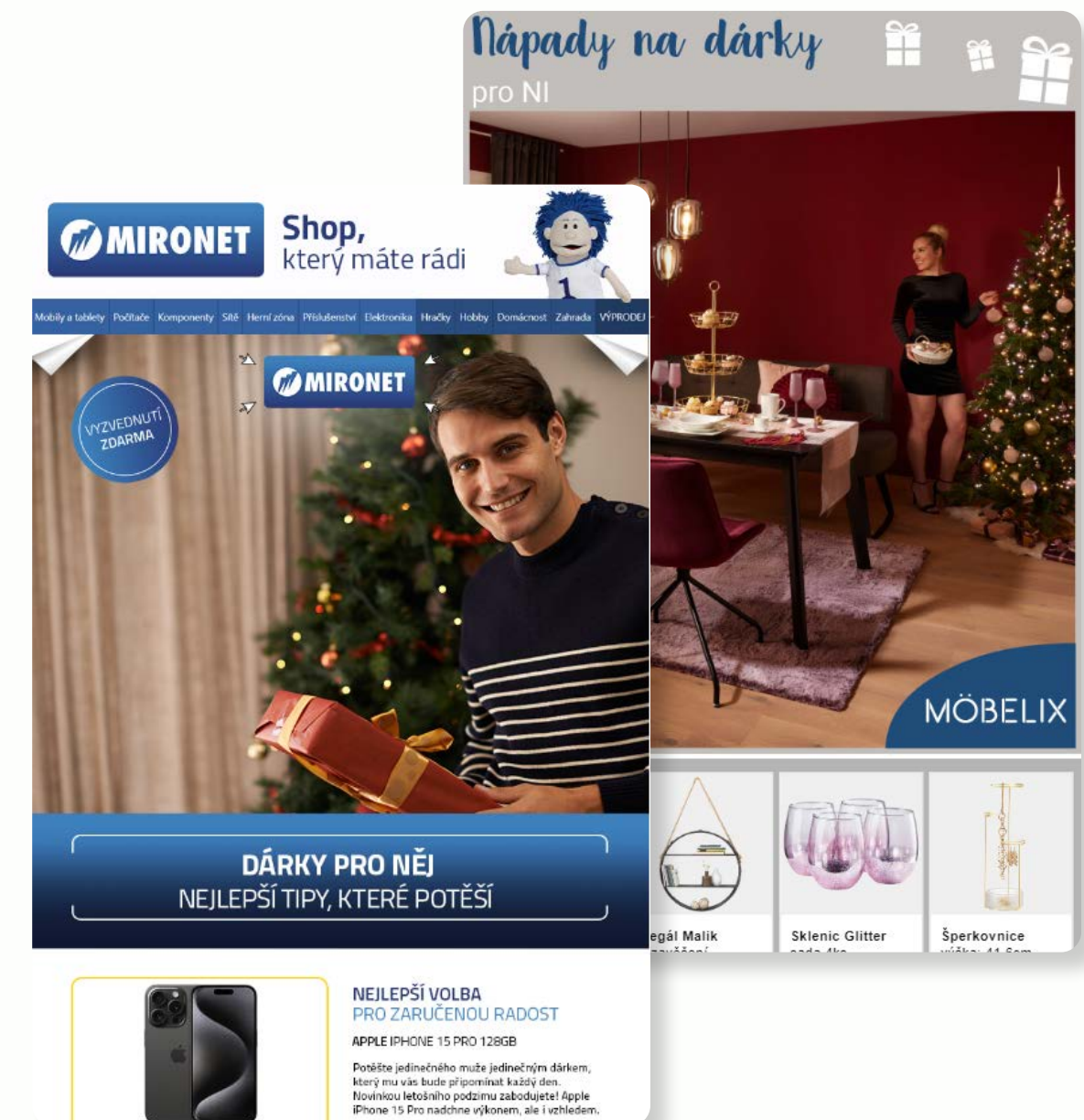
Častěji posílejte e-maily kontaktům, které se u vás **nedávno zaregistrovaly, otvírají e-maily, navštěvují váš web, často nakupují nebo mají vysokou hodnotu objednávek.** Ze segmentu ale raději vyřad'te ty, kteří u vás něco nakoupili před pár dny.

Podle kategorie

Podle vašeho sortimentu zvažte, **co by mohlo před Vánoci zaujmout právě vaše publikum.** Příjemcům můžete nabídnout zboží z kategorie, ze které nakoupili nebo naopak vyzkoušet nabídku produktů z úplně jiné produktové kategorie.

Podle pohlaví

Rozlište kontakty na základě pohlaví a posílejte kampaně zvlášť s **tipy na dárky pro muže a pro ženy.** Každý tak dostane rozesílku, která je určena přímo pro něj.



Podle preference

Nechte zákazníky, aby si vybrali, jaký typ newsletterů jim budete posílat. Využijte k tomu preference. Možnost volby poskytněte zákazníkům ohledně toho, jak často si přejí e-mailing dostávat. Další preferenční skupiny můžete tvořit podle toho, o čem budou zákazníci dostávat novinky.



Patrik Votoček
Head of Emailing Services, Ecomail.cz

„Kampaně s personalizovaným obsahem nejen zvyšují šanci na upoutání pozornosti zákazníků, ale zároveň podporují vyšší míru zapojení a konverzí, protože nabídky cíleně odpovídají potřebám a preferencím a jsou tedy pro zákazníky atraktivnější.“

Neaktivní kontakty

Vytvořte segment zákazníků, kteří dlouhodobě neotvírají vaše newslettery, a pokuste se tyto kontakty tzv. reaktivovat. Zašlete neaktivnímu publiku speciální obsah, který se liší od běžných rozesílek. Pokud ani to nepřiměje kontakt, aby otevřel e-mail, odhlaste ho. V Ecomailu za vás pravidelnou reaktivaci kontaktů obstará automatizace.

Neotevřeli e-mail

Před Vánoci se vyplatí vytvořit segment odběratelů, kteří neotevřeli vybraný e-mail s akční nabídkou, a zkusit jim ho poslat znovu. Ideálně alespoň částečně upravte obsah e-mailu a vytvořte zcela nový předmět.

SMS kampaň

Rozesílka nemusí být výhradně e-mailová. Zkuste oslovit své zákazníky pomocí SMS kampaně. SMS zprávy zahrňte do automatizací. Populární je **rozesílka slevových kupónů nebo připomenutí limitované nabídky**. Textové zprávy využijete i pro komunikaci se svými VIP zákazníky.



Tip

Základní jméno odesílatele je při SMS rozesílce z Ecomailu ve tvaru **ZPRAVA**. Pro co nejlepší doručitelnost využijte **vlastní název odesílatele** v délce maximálně 11 znaků. Jak o registraci vlastního názvu odesílatele požádat, píšeme v [tomto článku](#).

Využijte síly jména odesílatele, předmětu a preheaderu

Jméno odesílatele	19
Nejdůležitější jmenovatel v této e-mailingové trojčlence.	
Předmět	21
Chytlavý předmět přiměje k otevření e-mailu.	
Preheader	23
Ochutnávka newsletteru přímo v e-mailové schránce.	



Při pohledu do e-mailové schránky máme pár vteřin, během kterých rozhodneme, jestli otevřeme konkrétní e-mail. Úspěch vašeho e-mailu závisí na třech klíčových prvcích: **jménu odesílatele, předmětu a preheaderu.**

 Zdena z Ecomailu

Krásný nový rok 2025 Přejeme vám rok plný vydařených e-mailových kampaní

Jméno odesílatele

Nejdůležitější jmenovatel v této e-mailingové trojčlence. Údajně ovlivňuje **open rate** e-mailů z více než 70 %, a to není málo. Věnujte proto pozornost tomu, jakým jménem budete komunikovat s vašimi kontakty.

 **Tip**

Jméno odesílatele by mělo mít maximálně **18 znaků** (delší text je u některých poštovních klientů neviditelný).

! Vyhněte se adresám typu *noreply@ecomail.cz*. Zákazníci chtějí mít pocit, že se na vás mohou obrátit.

V poli **E-mail pro odpovědi** mějte reálnou e-mailovou adresu, na které budete zastizitelní. Na tuto e-mailovou adresu přijde reakce, pokud zákazníci kliknout na tlačítko Odpovědět na konci newsletteru.

E-mail odesílatele musí zahrnovat tvar ověřené odesílací domény, slouží pro účely rozesílky a nemusí obsahovat reálnou existující e-mailovou schránku.

Doporučujeme zvolit jasné a výstižné jméno, které bude neměnné. Jaká možnost se vám líbí nejvíce?

Varianty jmen odesílatele:

Jméno a značka

Populární varianta jména odesílatele, která v sobě snoubí jméno a název firmy. Díky jménu je komunikace osobnější. Na první pohled víte, kdo a odkud se na vás obrací. Případně zahrňte do jména také pozici odesílatele – např. Jakub Stupka, COO Ecomail.cz

Jméno a příjmení

Ideální volba, pokud je jméno zároveň značkou a kontakt si ihned vybaví, s kým má v inboxu tu čest. V opačném případě riskujete označení za spam.

Konkrétní oddělení nebo tým

Hodí se u transakčních e-mailů, jako jsou například potvrzení o provedení objednávky. Ideálně propojte jméno odesílatele s konkrétním e-mailem odesílatele, např. support@ecomail.cz. Nehodí se tolik pro běžné kampaně.

E-mail

Sem tam si klienti pletou jméno odesílatele s e-mailem odesílatele. V takových chvílích zůstane jméno odesílatele ve své prostější verzi. Někdy tuto variantu vidáme u transakčních e-mailů. V plné e-mailové schránce ale lehce zapadne mezi ostatními jmény.

☐		Zdena Novotná	Přehled nových funkcí	Martino, ráda bych vás seznámila s novými funkcemi, které jsme pro vás vyvinuli
☐		Zdena z Ecomailu	Krásný nový rok 2025	Přejeme vám rok plný vydařených e-mailových kampaní
☐		Zdena Novotná, Ecomail.cz	Vítejte u Ecomailu	Dobrý den, váš účet je aktivní. Aktuálně můžete naplno využívat všechny funkce
☐		Tým Support z Ecomailu	Váš dotaz: Jak vytvořit kampaň	Dobrý den, děkujeme za zprávu. Co nejdříve na ni odpovíme.
☐		Ecomail	6 nových šablon	Připravili jsme pro vás 6 nových šablon ve vánočním designu

  Zdena z Ecomailu**Krásný nový rok 2025**

Přejeme vám rok plný vydařených e-mailových kampaní

Předmět

Chytlavý předmět přiměje k otevření e-mailu a jeho volba může být někdy oříšek. Maximálně by předmět e-mailu měl mít **55 znaků**. Delší předměty někteří poštovní klienti zkracují, proto nezapomeňte chování předmětu řádně otestovat.

1 Oslovujte příjemce. Pokud znáte jméno příjemce, použijte ho ve vokativu. Předmět bude rázem osobnější a na příjemce zapůsobí. Personalizované prvky do předmětu dostanete skrze tzv. merge tagy. Otázka může předmět ozvláštnit.

Kašpar, Melichar a Michal. Oslavte nový rok, jak se patří.

Veroniko, už jste vyzkoušela nejnovější iPhone?

Lucie, představte si, jak byste vypadala...

2 Ukažte čísla. Počty, míry, výsledky a procenta, použijte je všechny. Konkrétní informace přiláká čtenáře a pomůže už při struktuře psaní e-mailu. Číslovka v předmětu zvyšuje šanci na otevření e-mailu o více než 50 %.

8 kroků k úspěchu v podnikání

Ušetřili jsme 25 % nákladů na bydlení. Jak?

3 přání, která se vám ještě nesplnila

3 Zdůrazněte limity. Končí vaše kampaň? Ukažte zákazníkům, že jen do určitého data nebo posledních XY dní trvá akční nabídka nebo platí doprava zdarma.

*Martino, objednejte dárky do 21. 12. a najdete je pod stromečkem
Ještě 3 dny do konce výprodeje
Pavel dostal 200 Kč na první nákup. Co v kole štěstí vytočíte vy?*



Tip

Nemůžete se rozhodnout? Ecomail nabízí jednoduché **A/B testování** předmětu, jména odesílatele či obsahu, nebo jejich kombinaci. Vyzkoušejte, co na vaše publikum funguje nejlépe!



Marek Vaněček
Spoluzakladatel, Švihej.cz

*„Díky **A/B testování** dokážeme zjistit, které věci fungují lépe. Dokážeme tak vyhodnotit, co naše zákazníci zajímá více a tohle pak dokážeme přenést např. i na sociální síť. Nejčastěji testujeme předmět, ale někdy i obsah emailu.“*



Předmět e-mailu 41 znaků

Máme pro vás dárek: Sleva 20 % na všechno

Doporučená délka je 55 znaků standardního textu, nebo 50 znaků s použitím 1x emoji nebo 45 znaků s použitím oslovení.

Generovat předmět pomocí AI

Parafráze

Pro vás máme dárek: Sleva 20 % na celý sortiment

Méně formální

Máme pro tebe dárek: Sleva 20 % na všechno

Méně formální s emoji

 Máme pro tebe dárek: Sleva 20 % na všechno

Zkuste vygenerovat předmět pomocí AI přímo v nastavení kampaně. Stačí, když napíšete nebo návrh znění předmětu nebo pár klíčových slov. Jedním kliknutím získáte **6 variant předmětu**, ze kterých vyberete tu nejlepší.

□ ☆ Zdena z Ecomailu

Krásný nový rok 2025

Přejeme vám rok plný vydařených e-mailových kampaní

Preheader

Dotáhněte newsletter k dokonalosti a vyšperkujte také preheader kampaně. **V e-mailové schránce ho naleznete hned za předmětem.**

Bez preheaderu se do tohoto prostoru automaticky propíší informace z e-mailu. Tak jako byste četli šablonu od začátku. Často tu uvidíte „Online verze“, „Logo“ nebo podobné informace.

E-mail s preheaderem **působí důvěryhodněji** a vynikne v přílivu příchozí pošty. Doplňte nebo parafrázujte skrze preheader informace uvedené v předmětu a motivujte příjemce k otevření e-mailu.

Daniel z Grizly

🔥 Sušené a lyo ovoce se slevou 15 % 🍷 - Akce netrvá věčně, tak využijte své příležitosti ještě dnes.

Vyzvěte k akci. Přimějte kontakty k otevření e-mailu nebo prokliku na e-shop, zkrátka je nasměrujte tam, kam potřebujete.

ZOOT

Extra -30 %: Dnes v noci budou padat slevy - 🌙 Čas lovu: 18:00–00:00 | Kód: VECERKA

Ukažte slevový kód. Dokreslíte tak jasně podobu kampaně.

zGruzie.cz

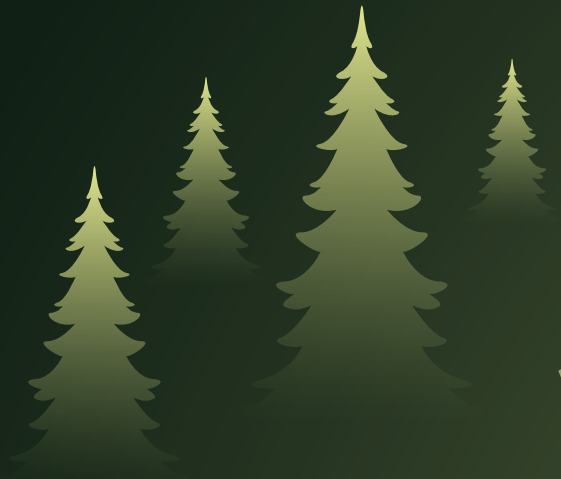
Poslední šance 🍷 🌿 - Doprava jen za 25 Kč po Česku.

Uved'te konkurenční výhodu. Doprava zdarma, 2 000 spokojených zákazníků, dárek k nákupu. Odlište se od ostatních a dejte o tom vědět.

Blýskněte se a překvapte vaše publikum

Dejte šablonám styl	25
Nasad'te e-mailům zimní kabát.	
Zaměřte se na obsah	26
Bud'te kreativní!	
GIF	27
Rozpohybujte šablonu.	
Odpočet	27
Časově limitovaná nabídka nepočká.	

Garance doručení	28
Ať je datum poslední možné objednávky na očích.	
AI jako váš osobní copywriter	29
Tvořte lákavé texty rychleji díky ChatGPT.	



Máme pro vás několik rad pro přípravu šablon, které upoutají pozornost a budou odběratele **motivovat k nákupu právě na vašem e-shopu**. Naše tipy zároveň snadno převedete do praxe. Nemusíte se tak bát časové náročnosti v nejrůšnějším období roku.

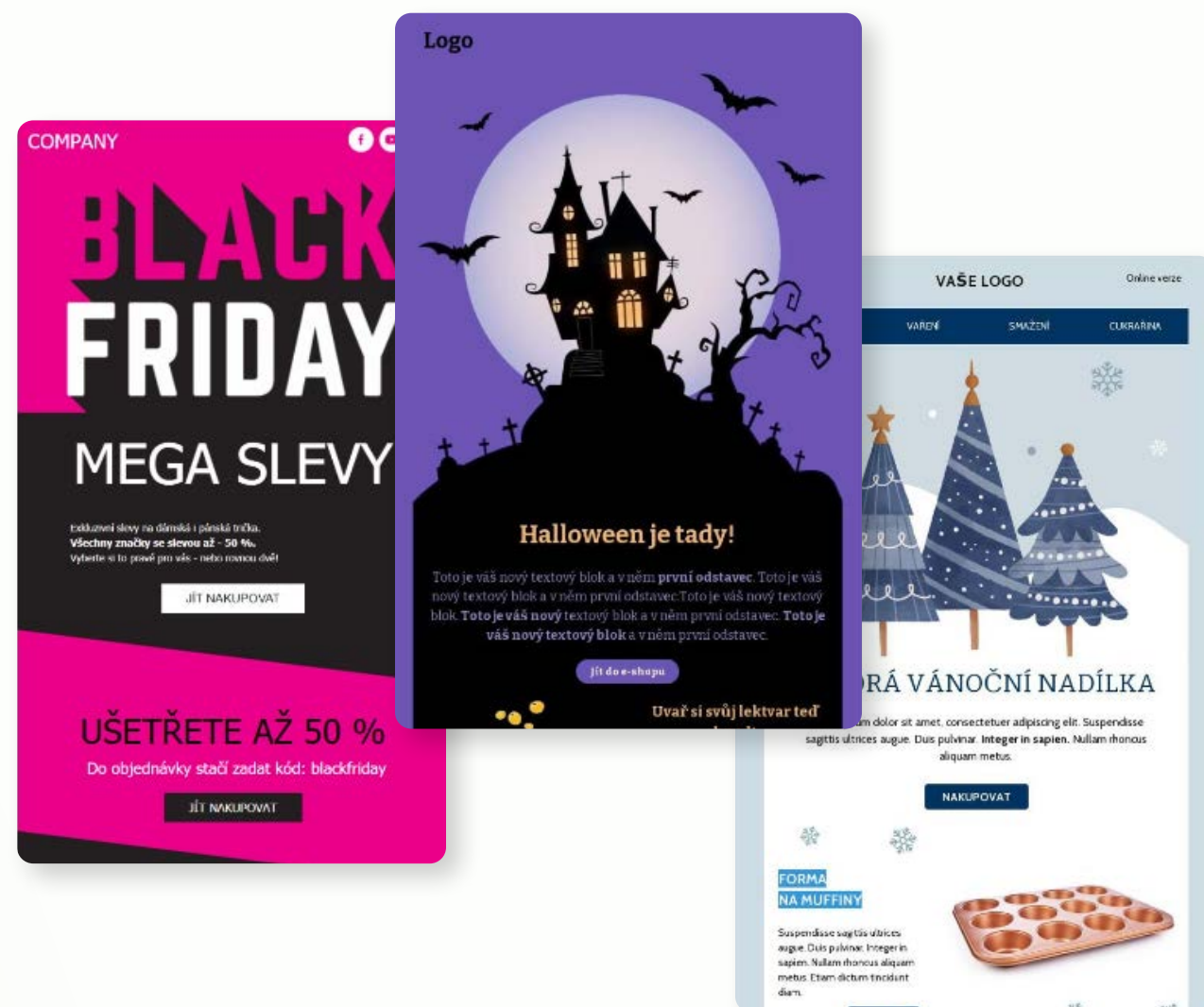
Dejte šablonám styl

Přizpůsobte e-mailové kampaně předvánočnímu období a **nasad'te vašim e-mailům zimní kabát**. Šablony e-mailů obohatte o zajímavé prvky a podpořte tak v zákaznících zvědavost a sváteční atmosféru.



Michaela Ivan Reichová, Marketing Managerka
pro Mirjan24, Hezkynabytek, Novynabytok, Zondo

„Pre vianočné e-mailové šablóny sa nám osvedčili sezónne farby, personalizované prvky, výrazné výzvy na akciu a sviatočné vizuály ako darčeky či stromčeky. Tieto detaily pomôžu zaujať vaše publikum a podporia predvianočné nákupy.“



Tip

V Ecomailu najdete **více než 170 šablon**, které můžete libovolně upravovat. Prohlédněte si tematické šablony pro nadcházející sezónu!

Zaměřte se na obsah

Bud'te **kreativní**, ale zároveň pamatujte na to, že máte jen pár vteřin, které rozhodují o udržení pozornosti čtenáře. Obsah newsletteru proto pište jasně a stručně. Formátujte sdělení do tematických odstavců. Používejte čitelný font a ponechte kolem textu dostatek prostoru, ať **šablona nepůsobí přeplácaně**. Uživatel vašemu e-mailu totiž nebude v tomto období věnovat moc času.

Hned v úvodu **uved'te hlavní myšlenku**, kterou chcete svým příjemcům předat. Vyhněte se komplikovaným a dlouhým textům, které čtenáře odradí. Důležité informace podpořte výtvarným, případně dominantní barvou.

Tu můžete využít také pro akční tlačítka, tzv. **CTA buttons**. Tlačítko s výzvou k akci umístěte hned na **začátek e-mailu**. Tak, aby ho zákazník viděl na první pohled a nemusel scrollovat níže.



Tip

Barevně můžete naformátovat také **URL odkazy**. Jasně tak zvýrazníte prokliky, které **přivedou zákazníky** přímo na konkrétní stránky na vašem e-shopu.



GIF

Rozpohybujte šablonu e-mailu pomocí GIFu. Příjemce často pobaví a **newsletter odliší od konkurence**. Vybírejte ty nejlepší z fotobanky, která je přímo napojená na interaktivní editor šablon v Ecomailu.



Tip

Abyste zajistili vysokou doručitelnost newsletterů, dodržujte **poměr textu vůči obrázkům 60 : 40** (ve prospěch textu). Zároveň by velikost šablony **neměla překročit 100 kB**.



Patrik Votoček

Head of Emailing Services, Ecomail.cz

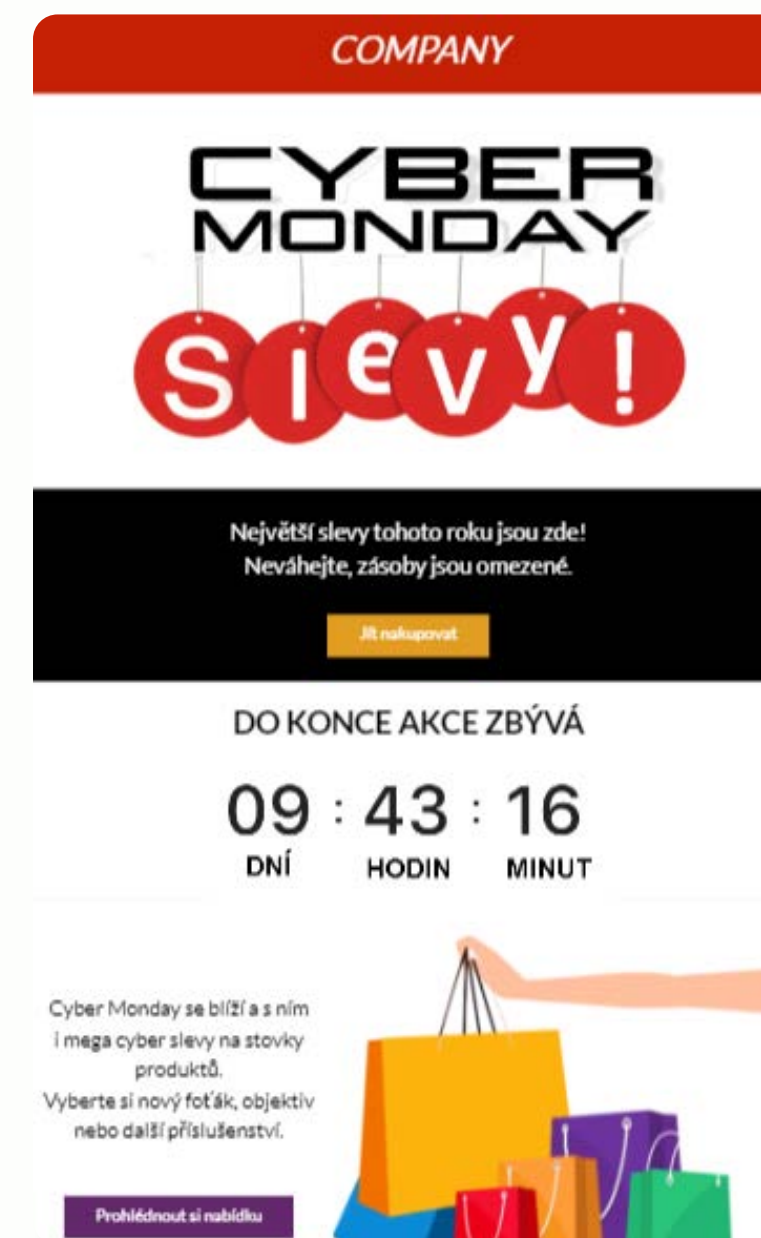
„Kreativní prvky v tematických šablonách obohatí vizuální dojem z vaší kampaně, ale nezapomeňte, že by měly vždy korespondovat s brandem vaší společnosti, aby byla zachována konzistence a důvěryhodnost značky.“

Odpočet

Vyvolejte ve vašich zákaznících pocit, že musí nákup dokončit co nejdříve. Poslouží vám k tomu odpočet, který umístíte do **horní části šablony**. Příjemci na první pohled uvidí, že nabídka v e-mailové kampani je **časově limitovaná**, a proto s nákupem nemůžou moc otálet. Tato technika vychází z **teorie FOMO** (z anglického fear of missing out) tedy ze strachu z toho, že něco zmeškáme nebo o něco přijdeme.

Odpočet vytvoříte pomocí některého z **online nástrojů** dostupných na internetu. Využijte třeba Sendtric, CountdownMail nebo Motion Mail. Zdarma fungují zpravidla pro limitovaný počet kontaktů. Odpočet můžete jednoduše vložit do šablony e-mailu přímo v našem editoru pomocí HTML kódu.

Doporučujeme k odpočtu přidat vhodně zvolené CTA tlačítko, které akci ještě podpoří.



Garance doručení do Vánoc

S blížícím se Štědrým dnem uvádějte v newsletterech **datum poslední objednávky**, u které můžete zaručit dodání do Vánoc. Taková informace vzbudí v zákaznících pocit naléhavosti nákupu. Vytvořte pro tyto účely samostatný **obrázek** nebo **banner**, který vložíte do šablony předvánočních kampaní.



AI jako váš osobní copywriter

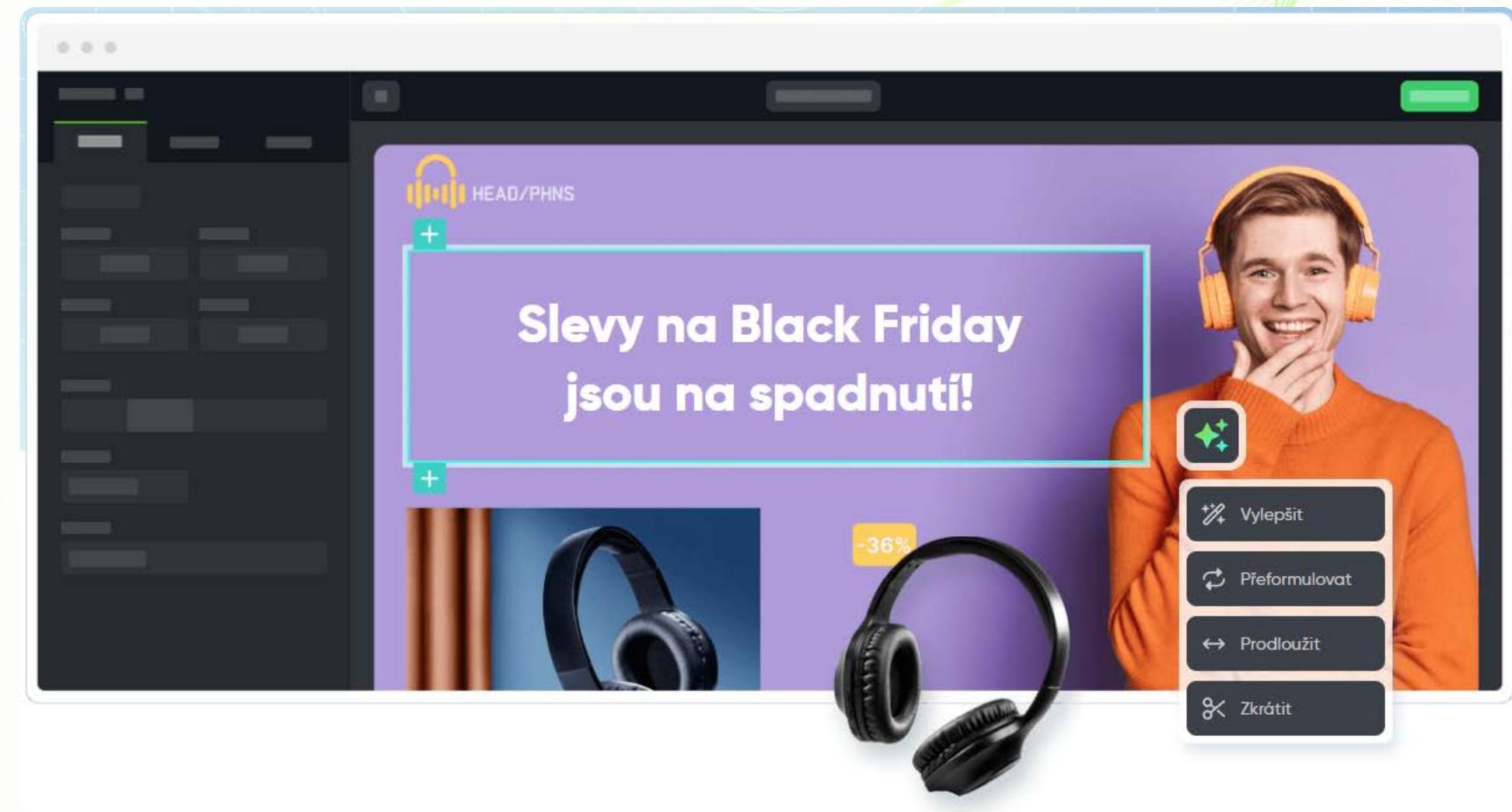
Ušnadněte si práci a pro přípravu velkého množství šablon použijte AI. V Ecomilu už rok najdete **ChatGPT** z dílny společnosti OpenAI. Integrovaná umělá inteligence umožňuje optimalizovat texty e-mailů přímo v aplikaci.

Úprava stávajících textů v šabloně je s AI hračka. Označíte text, který chcete upravit a kliknete na ikonu ✨ Editor nabízí čtyři funkce – **vylepšení, přeformulování, prodloužení** nebo **zkrácení textu**.



Tip

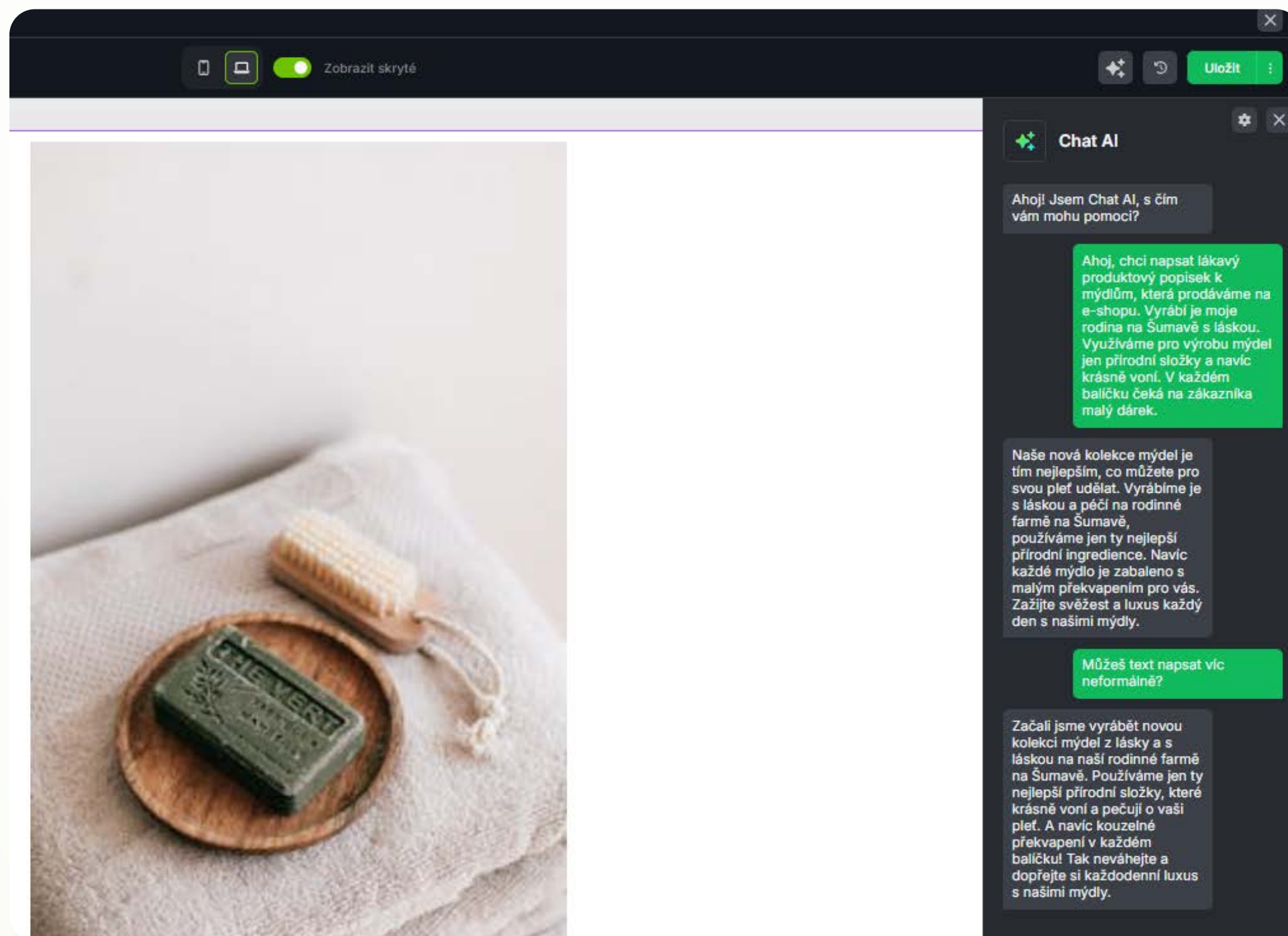
[Vyzkoušejte AI s Ecomilem](#)



Přímo v editoru šablon můžete také konverzovat s chatbotem. Texty, které vzniknou během komunikace s AI, lze jednoduše **kopírovat z chatovacího vlákna do vlastní šablony**. Pro tvorbu textu můžete využít klíčová slova přímo ze šablony, nebo začnete konverzaci od nuly.

Upřesněte, jestli má být text spíše **formální nebo neformální** a vyladíte tak tonalitu komunikace vaší značky.

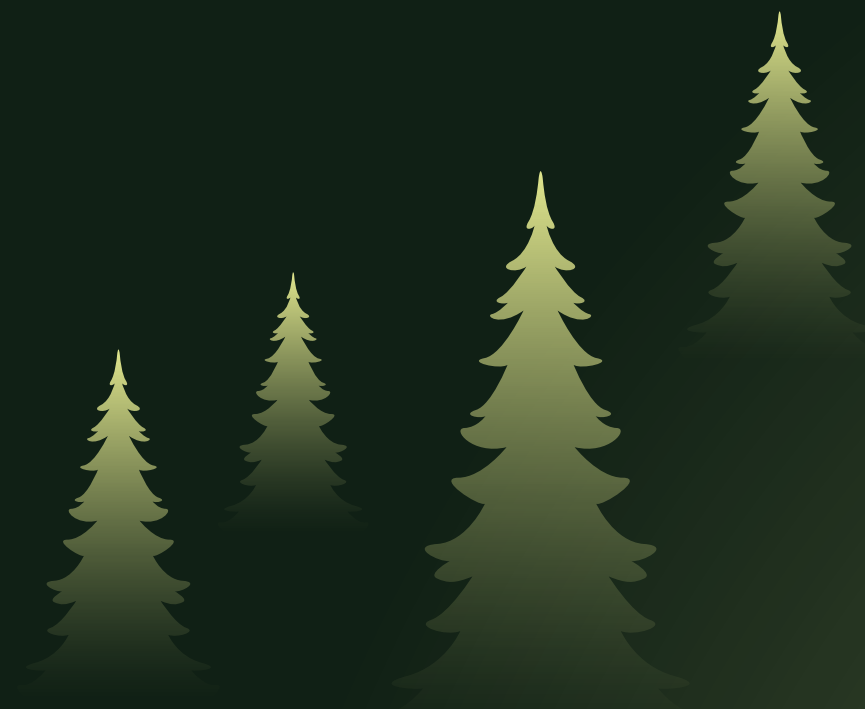
O inspiraci během psaní e-mailů nebudete mít nouzi. Pamatujte na to, že umělá inteligence nezná vašeho zákazníka tak dobře, jako ho znáte vy sami. **Finální kontrolu kampaní proto raději svěřte do dobrých (lidských) rukou.**



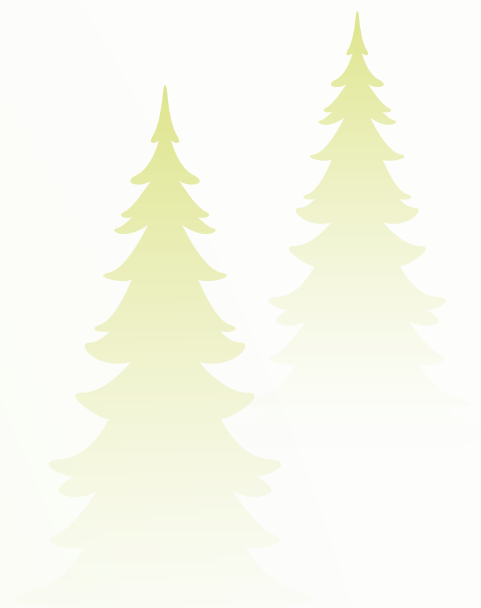
Připravte speciální kampaně

Vrchol sezóny sice patří nakupování, snažte se to ale s čistě prodejními newslettery nepřehánět.

Jak jinak potěšíte vaše zákazníky? 32



Vrchol sezóny sice patří nakupování, snažte to ale s čistě prodejními newslettery nepřehánět. Sezónní rozesílky **naplánujte s dostatečným předstihem a nakombinujte různé typy kampaní**, abyste zůstali pro vaše příjemce pořád zajímaví a e-maily nepřestali otevírat. Nechte se inspirovat předvánočními kampaněmi, které jsme pro vás vybrali.



! Zohledněte během plánování skladové zásoby zboží a možnosti doskladnění výrobků.

Pokud provozujete vlastní výrobu produktů, kalkulujte přitom realisticky s výrobní kapacitou.

Zásobte se nejoblíbenějšími produkty, po kterých byla v **loňském roce nejvyšší poptávka**, a využijte možnost předobjednávky zboží. Není nic horšího, než předčasně vyprodaný sortiment.

Přidejte obsahové newslettery

Prodejní kampaně prokládejte zajímavým obsahem. Odlišíte se tak od konkurence a posílíte engagement zákazníků vůči vaší značce.



Bylinná moudrost a harmonie od roku 1954



Krásný den plný bylinek, Kláro,

s příchodem podzimu nastává čas sklizně, kdy nám příroda dává to nejlepší ze svých plodů. V našem říjnovém herbáři, plném novinek, se zaměříme na podzimní dary – od šípků, přes vinnou révu, až po jablka. Připravili jsme pro vás spoustu tipů, jak tyto plody využít nejen pro zdraví, ale i pro krásu.



LÉČIVÁ MOC ŠÍPKŮ

Šípky vidíme v tomto období všude, ale víte, proč jim věnovat pozornost? Jsou plné vitamínu C a dalších látek, které podporují imunitu a zlepšují trávení. Objevte, jak mohou přispět k vašemu zdraví!

ČLÁNEK

Ukažte co chystáte

Připravované novinky si nenechávejte pro sebe, naopak se o ně se zákazníci zavčas podělte. Na co se můžou na sklonku roku těšit?



Hezký den, dnes nakoukneme do **zákulisí Bubibubi** a ukážeme si, co přesně pro Vás chystáme na příští měsíce.



Vánoční outfit

Na letošní **Vánoce** jsme připravili tuto zelenou kolekci kravat a motýlků se vzorem sněhových vloček. ❄️ Elegantně doladí Váš outfit na každém vánočním **večírku**. Předpokládáme, že o ni bude velký zájem, tak nás nezapomeňte sledovat, ať Vám neunikne.

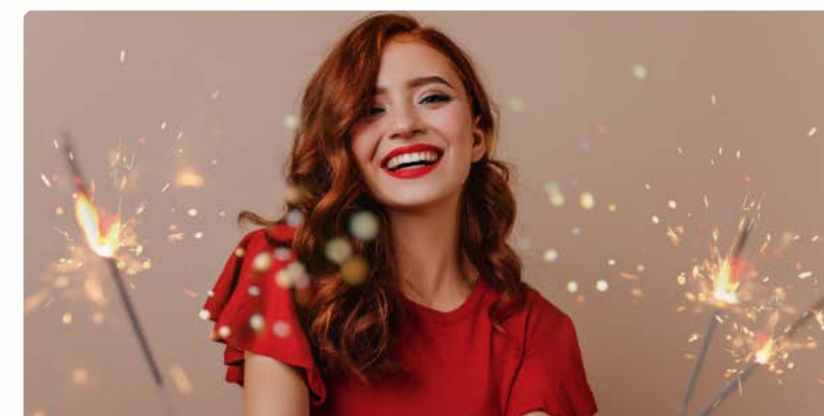
Vánoční balíčky

Přichystejte zákazníkům rozmanité sety produktů za výhodnější cenu. Prodej produktů podpoříte vánočním balením, které zákazníci nadchne.



Nabídněte inspiraci a podpořte brand

Image značky zajistíte, pokud zákazníkům zašlete vhodný neprodejní obsah. Může jít například o tipy na výlety, recepty, blogové články nebo uživatelské recenze, nebo třeba PDF se štítky na vánoční dárky. Fantazii se meze nekladou.



Flitry, třpytky, prskavky a **glam líčení** k tomu. Jestli jste dosud přemýšleli nad tím, jak ozvláštnit svoji letošní vizáž na oslavy Nového roku, usnadnili jsme vám práci! Přinášíme vám **dva make-upové looky**, které můžete použít jako inspiraci pro večer plný oslav přicházejícího roku 2023.

[Přečíst celý článek](#)

INSPIRACE NA PRODUKTY



Annemarie Börlind
Rtěnka
Rosewood
408 Kč



ZAO Kompaktní
rozjasňovač
Pink Champagne
656 Kč

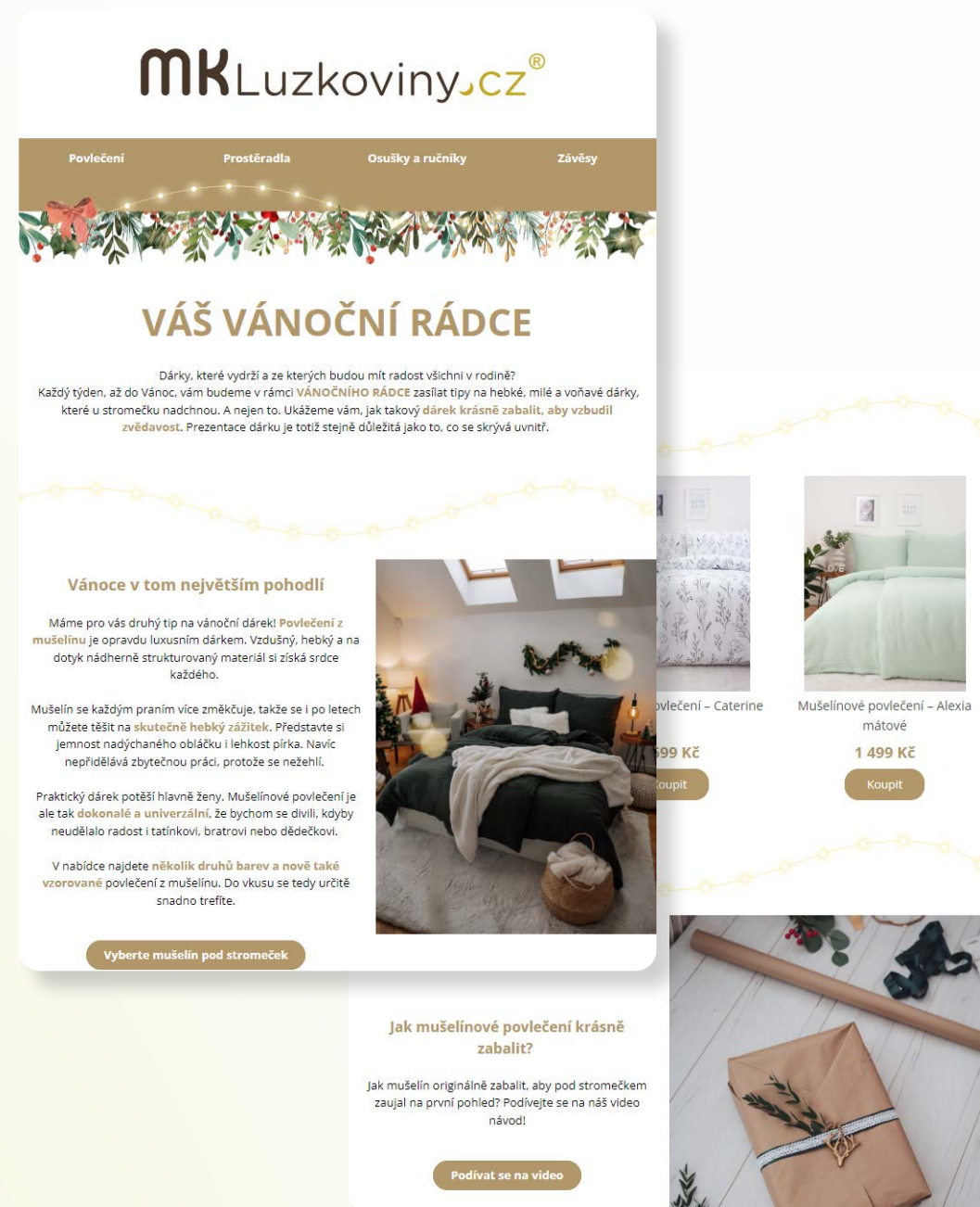


Annemarie Börlind
Oční stíny MONO
Mocha 2 g
379 Kč

[Prohlédnout všechny produkty](#)

Průvodce produkty

Předvánoční období
zahajte kampaněmi na
produkty, které se chystáte
prodávat k Vánocům.
Ukažte zákazníkům výhody
vybraného zboží a důvod,
proč ho musí mít.



Wishlist

Ukažte svým zákazníkům, co by si letos mohli přát. Ideální příležitost pro personalizování rozesílky. Pokud přenesete do e-mailingového nástroje správná data, můžete zákazníkovi připomínat označené produkty v e-mailové automatizaci.



Nápady na dárky

Máte jasno v tom, jaké zboží u vás frčí? Připravte tematické kampaně podle obdarovaných. Promyslete, které produkty se hodí pro něho a které pro ni, jaké jsou ideální pro přátele nebo blízké, a podle toho odešlete kampaň.

knihobot 🚚 📦 📖

Dobrý den,

letos naposled posíláme vánoční rozcestník. Nestiháte dnes večer vybrat? Zavítejte osobně k nám do nového výběrového knihkupectví na Strossmayerově náměstí v Praze. Otevřeno máme až do 24. 12. do 14:00. Těšíme se!

Garance doručení do Vánoc do půlnoci 19. 12.

00 00 00 00
DEN HODIN MINUT VTEŘIN

👉❤️ Dárky pro mámu

👉🌲 Dárky pro tátu

👉👴 Dárky pro dědu

👉👵 Dárky pro babičku

👉👧 Pro mladší školáčky

👉👦 Pro větší školáky

Slevové akce nebo speciální nabídky

Vytvořte časově omezenou nabídku zboží, které se chystáte v letošní sezóně rozprodat. Lhůtu vypršení akční nabídky zbytečně neprodlužujte, zákazníci chcete přimět k nákupu.

PURITY VISION

🌸 PÉČE O PLEŤ 🌿 PÉČE O TĚLO 👶 DĚTI A MAMINKY 📦 DÁRKOVÉ SADY



Doprava zdarma při nákupu nad 500 Kč! Nakupte vánoční dárky z pohodlí domova a bez stresu 🌱 Akce platí do 13. 10.
NAVÍC 🎁 Při nákupu nad 1 290 Kč od nás dostanete **Bio Růžové tonikum jako dárek**. 📦 Nezapomeňte si ho přidat v prvním kroku objednávky.

OBLÍBENÉ SADY 🌿

Bio Růžové tonikum vaši pleť osvěží a dodá jí potřebnou hydrataci. Pomáhá stahovat póry, sjednocuje pleť a rozjasňuje ji díky obsahu **růžové vody** a **vitaminu C**. Zjemňuje nedokonalosti jako jsou **pigmentové skvrny** a **drobné fličky po akné**, zatímco **kyselina hyaluronová** udržuje pokožku pružnou a vyhlazenou.

🌿 **Tonizace:** Bio Růžové tonikum jemně stáhne póry a vyrovná pH pleti.
💧 **Dočištění:** Nastříkejte na pleť a stáhněte vatovým tampónkem - dočistí zbytky make-upu, mazu či dalších nečistot.
💧 **Podklad:** Skvěle slouží jako podklad pro pleťové másla a oleje, pomáhá s jejich lepším vstřebáním.

Doprava zdarma Akce -20 % Akce -8 % Akce -8 %

Odměna pro VIP klienty

Nabídněte výhody věrným zákazníkům. Vytvořte segment kontaktů, který bude sledovat např. počet dokončených objednávek nebo jejich celkovou výši. Přední klienty oslovte a poděkujte jim za přízeň – předvánoční čas je k tomu jako stvořený.



Grizly

**Vánoční
Dárek**

-20%
**NA ZNAČKU
GRIZLY**

KÓD:
JEZISEK

Milí zákazníci,

za celý tým Grizly vám přeji **krásné vánoční svátky**.

Užijte si je ve společnosti dobrých lidí a dobrého jídla. A protože k Vánocům neodmyslitelně patří také dárky, přichystali jsme si pro vás **20 % slevu** na všechny naše GRIZLY dobroty.

Tak si vyberte, na co máte chuť, a připojte se k nám na zdravé cestě životem.

Něco navíc

Zmiňte se o tom, čím je nákup na vašem e-shopu speciální. Může to být dárek k nákupu, prodloužená doba na vrácení zboží, garance dodání zboží do Vánoc nebo třeba možnost objednat dárky včetně vánočního balení.



papelote papírnictví pro 21. století

Dárek
k nákupu
nad 500 Kč

Nezapomeňte si dneska udělat radost

Možná jste jen zapomněli nebo ještě nebyl ten správný čas...
Sešity z limitované edice jako dárek k nákupu* už ale rozdáváme pouze dnes! Tak co se takhle rovnou podívat na to nejnovější z naší nabídky?

ZA NOVINKAMI

*Sešit se při nákupu nad 500 Kč automaticky načte do košíku. Vy už si jen vyberete motiv obálky a vnitřku.

Dárkové vouchery

Nachystejte vánoční poukázky, které vaši zákazníci mohou zakoupit last minute. Kampaně s vouchery můžete odesílat až do Štědrého dne.

ZOOT.
Ženy Muži Právě dorazilo Výprodej

Jež(í)s)kovy voči, tak rychle?

Dárek na jistotu.
Elektronické dárkové poukazy.
Na to šup v e-mailu

Za minutu dvanáct vybrat dárek, který opravdu udělá radost? To by snad ani Ježíšek nezvládl. ZOOT ale má svoje tajné trumfy v rukávu, teda v e-mailu. Elektronické dárkové poukazy od 500 Kč do 5 000 Kč u vás budou natošup = nejenže to stiháte ještě hodit pod stromček, ale navíc si obdarovaný může vybrat přesně podle svého. Win-win!

JDU NADĚLOVAT



Petra Stupková
advokátka a zakladatelka
kanceláře Legitas

„Obchodním sdělením je v podstatě jakákoliv zpráva, která má za cíl propagovat firmu nebo produkt, a to i když to na první pohled nemusí být zřejmé – třeba i firemní přání k Vánocům nebo různým svátkům, protože jejich zasláním podporujete vaši image.“

Testujte a optimalizujte šablony

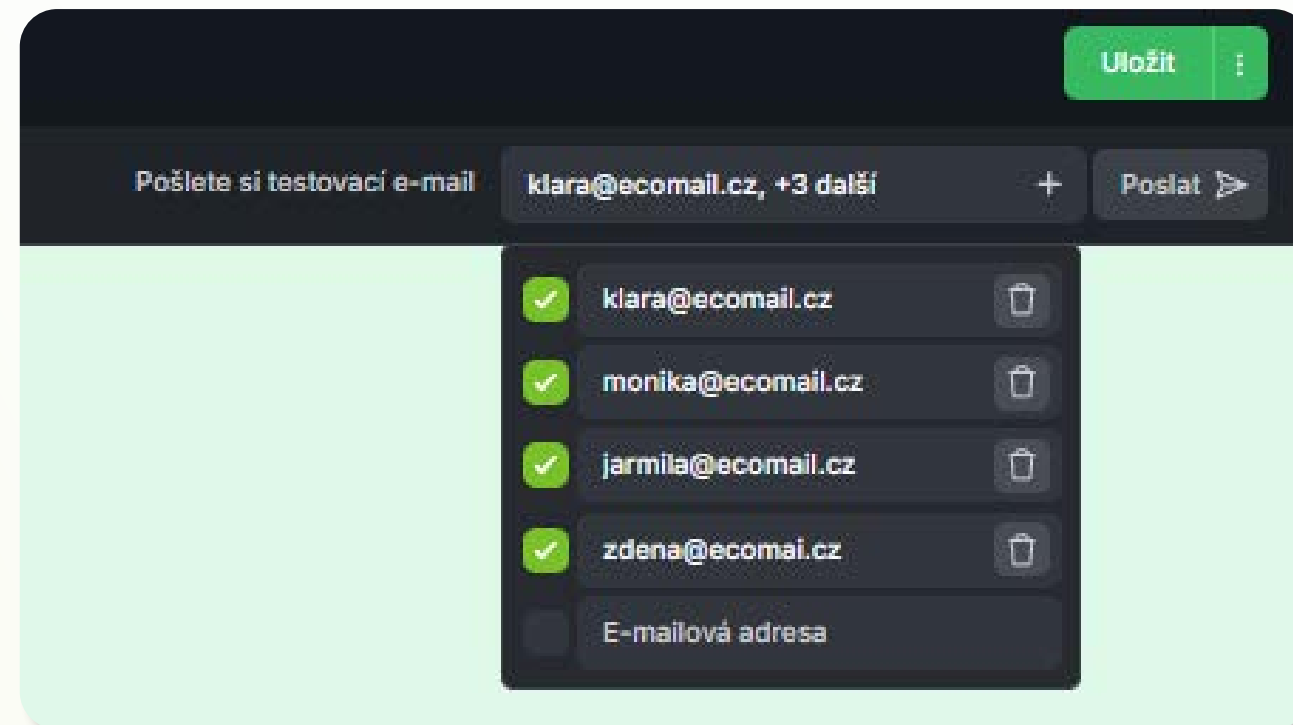
Testovací e-maily	41
Finální zobrazení šablon závisí na více faktorech.	
Mobilní verze	42
Aby šablona otevřená na mobilu neměla mouchy.	
Darkmode	43
Zachovejte čitelnost e-mailu v tmavém režimu.	
SPAM test	43
Před odesláním ostré kampaně.	



Finální zobrazení šablon v poštovních klientech závisí na mnoha faktorech. Záleží na **šířce displeje, operačním systému** telefonu nebo počítače, **konkrétním poštovním klientovi** a nastavení konkrétní schránky. Odchytky v zobrazení šablony v konkrétní schránce oproti jejímu vzhledu v editoru mají různé příčiny. Proto před ostrou rozesílkou pamatujte na důkladné **testování**.

Testovací e-maily

Během editace šablony máte možnost průběžně zjišťovat, jak vypadá náhled šablony. Hotovou šablonu pak můžete zaslat také na e-mail. Z Ecomailu ji odešlete až na **5 e-mailových adres najednou**.



Tip

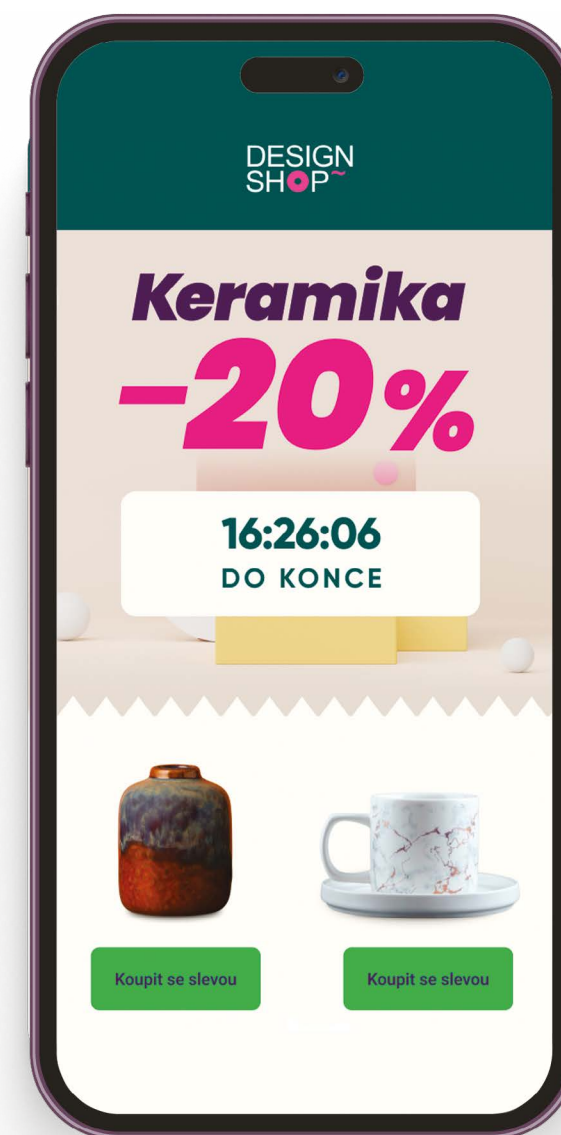
Nejvěrohodnější představu o budoucím vzhledu kampaně získáte, pokud odešlete ostrou rozesílkou na testovací segment kontaktů. Do segmentu pro testování zahrňte pouze vlastní e-mailové adresy vedené u různých poštovních klientů.

Mobilní verze

Na mobilu má šablona e-mailu jinou šířku než na desktopu. Šablona, která vypadá na počítači bezvadně, může mít při otevření na mobilu mouchy.

Zatímco na desktopu se produkty a sloupce zobrazí vedle sebe, mobilní zařízení je zobrazí pod sebou. **Texty v newsletterech proto doporučujeme zarovnávat vždy k levému okraji.**

Důležité informace uveďte na začátku předmětu nebo preheaderu. Na mobilu je jejich náhled kratší. Před odesláním ostré kampaně doporučujeme šablonu náležitě otestovat napříč různými zařízeními a schránkami.



Editor v Ecomailu nabízí šikovné funkce **Nezalamovat sloupce** či **Skrýt obsah** na mobilu pro určité bloky. Ne všichni poštovní klienti však tyto možnosti podporují, proto nevynechejte testování.

Darkmode

Ať už si šetří zrak nebo baterku v telefonu, darkmode uživatelé běžně využívají. **Tmavý režim** převrací barvy na opačnou stranu spektra, a to buď u konkrétních prvků nebo v celém operačním systému.

Transparentní pozadí obrázků

Používejte pro obrázky v e-mailových šablonách průhledné pozadí. Zabráníte tak nepříjemným bílým rámečkům při přepnutí do tmavého režimu.

Bílý obrys

Zajistěte, že tmavé prvky v šabloně budou vidět i v darkmode. Tmavé pozadí vás tak nerozhází. Obrys musí být tenký a naléhat těsně na konkrétní objekt, díky tomu kopíruje původní tvar.



SPAM test

Před odesláním ostré kampaně proveďte finální kontrolu kampaně v našem SPAM testu. Pomůže vám **odhalit chyby**, které mohou způsobit zhoršenou doručitelnost e-mailů. Přehled nejčastějších hlášek ze SPAM testu naleznete [v tomto článku](#).



Tip

Šablony pro darkmode – Šetřete čas a vyzkoušejte některou z předpřipravených šablon v Ecomailu, které jsme otestovali v tmavém režimu za vás. Podrobněji o darkmode režimu píšeme [v tomto článku](#).

Zvyšte prodeje díky automatizacím

Uvítací automatizace	45
Přivítejte nové kontakty, jak se patří.	
Záchrana opuštěného košíku	46
Zvyšte šanci na dokončení nákupu.	
Naposledy prohlížené zboží	47
Co oči nevidí, to nekoupí.	
Seznam přání	48
Pamatujete si, jak jste psali Ježíškovi?	
Cross-sell	49
Co ještě by se zákazníkům mohlo hodit.	

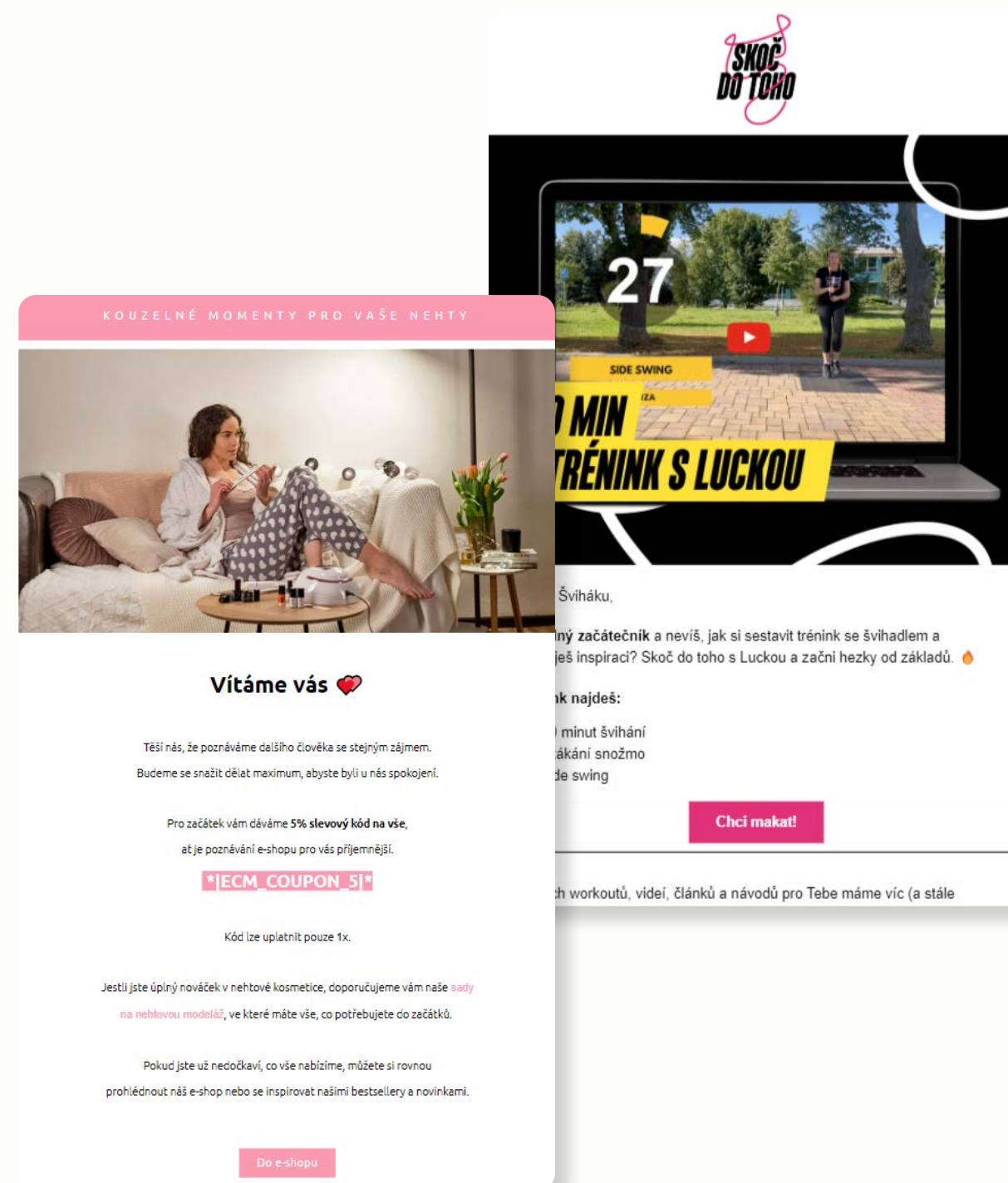


V rušném období během sezóny vám skvěle poslouží automatizované kampaně. Mimo běžné newslettery posílají další e-maily za vás a zvyšují tak celkový počet konverzí z e-mailingu. Doporučujeme nastavit následující **populární automatizace**.

Uvítací automatizace

Pokud se chystáte nastavit různé typy sběru kontaktů – klasický pop-up formulář se slevou, obsahový magnet, soutěž nebo třeba adventní kalendář, mějte pro nové kontakty připravenou automatickou welcome sérii.

Pamatujte, že by měla být příjemným začátkem pro **budování vztahu s vaším brandem** a zároveň je jejím úkolem dovést potenciálního zákazníka k nákupu. Dejte si záležet – e-maily z welcome automatizace dosahují až **60% open rate**. Během předvánočního období upravte šablonu uvítací automatizace a nadělte nově příchozím kontaktům slevu, třeba na nákup vánočních dárků.



Záchrana opuštěného košíku

Podle statistik nákup nedokončí až 70 % návštěvníků webu. **Připomeňte zákazníkům, jaké zboží zanechali v košíku na e-shopu a podpořte tak dokončení objednávky.** Součástí e-mailu by měly být obrázky konkrétního zboží a proklik směřující na web e-shopu.

Doručení druhý den, doprava zdarma nad 999 Kč
 120 dní na výměnu a vrácení zdarma
 98 % zákazníků doporučuje obchod
 400 000 kusů spodního prádla za skvělé ceny

Neboj Kláro, máš to u nás v košíku!

Stačí jen dokončit objednávku.

[ZOBRAZIT KOŠÍK »](#)

V košíku máš toto zboží:

Adventní kalendář Styx

4999 Kč

Pánské trenky Styx art klasická guma Halloween dýně (A1755)

429 Kč

[DOKONČIT OBJEDNÁVKU »](#)

Naposledy prohlížené zboží

Zaznamenávejte, **jaké produkty si vaši zákazníci zobrazují** a využijte tyto informace v automatizaci. Pokud uživatelům, kteří nakonec na webu nenakoupí, zašlete e-mail s prohlíženými produkty, šance na prodej se rázem znásobí.



Tip

Vložte do šablony v automatizaci i blok s nejprodávanějšími produkty a podpořte tak jejich prodej.

Seznam přání

Pamatujete si, jak jste psali Ježíškovi? Podobně funguje automatizace s wishlistem. Umožněte zákazníkům vytvořit na e-shopu seznam přání. Jak se seznamem přání poté naložíte, je na vás. Můžete třeba poslat e-mail zákazníkovi s upozorněním, jakmile produkty zlevníte nebo budou poslední kusy skladem.




freshlabels

Vysněný a ve slevě

Váš vysněný kousek je nyní ve slevě. Tak nečekejte, ať vás nikdo nepředběhne.



-15 %

Fjällräven - High Coast
Teď 2 370 Kč ~~2 790 Kč~~

Prohlédnout Wishlist

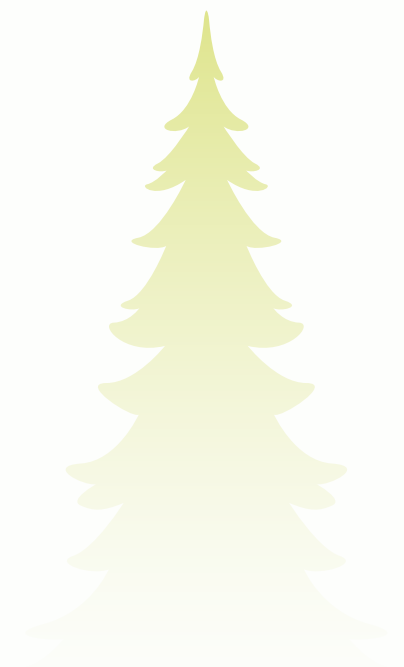
Go beyond the surface.


DESIGN


UDRŽITELNOST


KVALITA

Ve Freshlabels objevujeme a vybíráme výjimečné produkty pro odpovědný životní styl. Hledáme skvělý design, trvalou kvalitu a opravdovou udržitelnost.



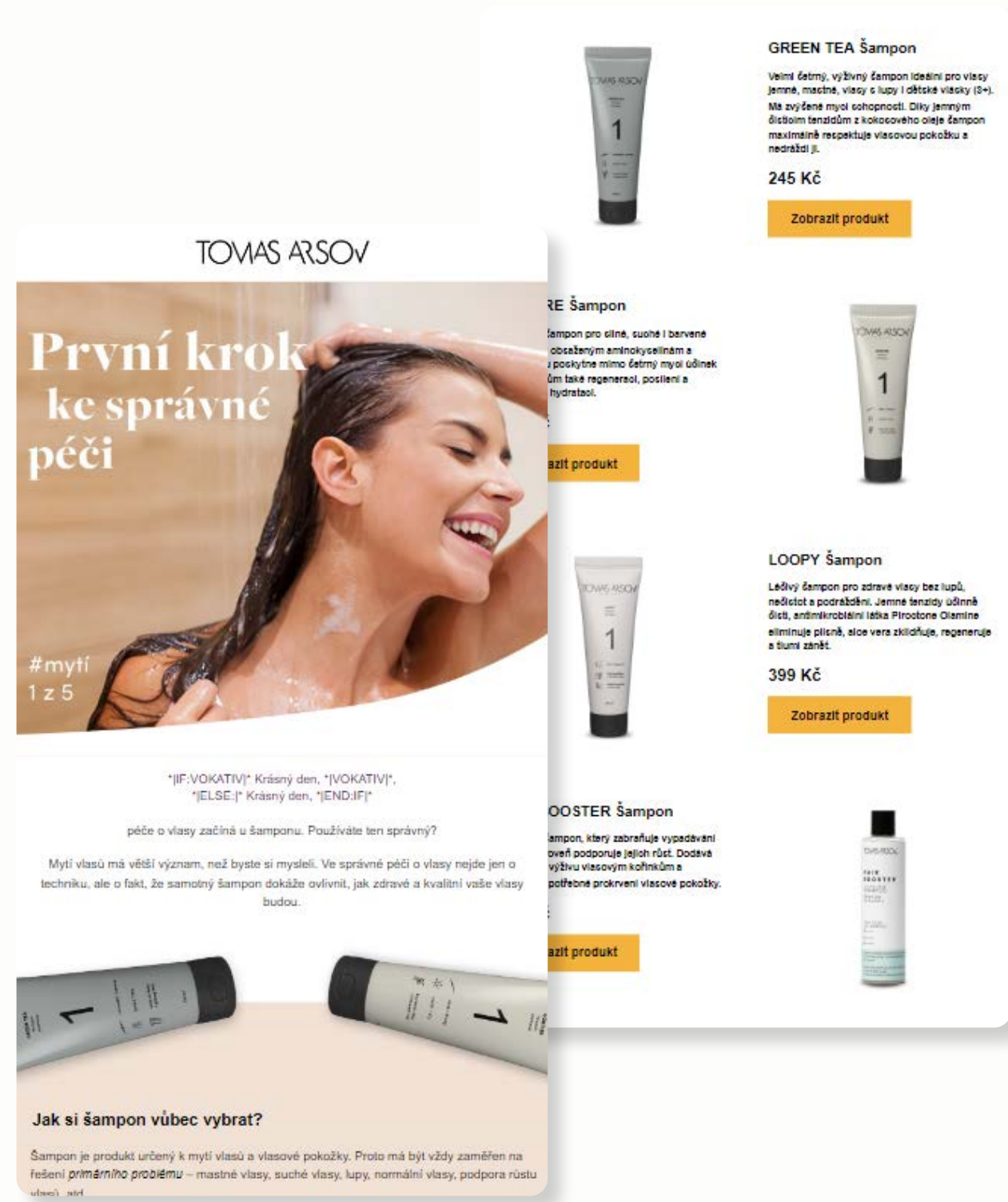
Cross-sell

Ukažte zákazníkům, co by se jim ještě mohlo hodit. Cross-sellovou automatizaci použijte pro **produkty, které nabízejí další příslušenství**. Získáte tak možnost přimět zákazníky k nákupu za větší obnos peněz, než si mysleli, že utratí.



Ondřej Kužilek
CEO & Founder, Webscale

„Podpora dalších prodejů vzniká vždy u potřeby zákazníka, nicméně úkolem značky je zákazníkovi pomoci a ve správnou chvíli nabídnout řešení. Edukujeme zákazníky o přidané hodnotě – pokud zakoupí single produkt, seznamujeme ho postupně s celou problematikou a šíří produktů, které jsou v nabídce.“



Nelamte si hlavu, Ecomail nabízí přímo v aplikaci hned několik **předpřipravených scénářů automatizace zdarma**. Postačí, když šablony e-mailů upravíte na míru vaší značce a automat můžete spustit raz dva.

Preferujete video? Pusťte si hodinový webinář, kde naše e-mailingová specialistka Andrea Fuxová představí ty nejoblíbenější automatizace.



The thumbnail features a light green background. In the top left corner is the Ecomail logo (a green envelope icon) and the text 'ecomail.cz'. Below this is a green pill-shaped button with the word 'Webinář' in white. The main text is 'Nejoblíbenější automatizace za pár minut' in a large, bold, dark green font, with 'Nejoblíbenější' and 'za pár minut' highlighted in a lighter green. To the right is a circular portrait of a woman with brown hair, smiling, with a red heart icon above her head. Below the portrait is a green pill-shaped button with the name 'Andy' in white.

přehrát ▶

Sledujte reporty

Základní metriky 53

Open rate, click rate a doručitelnost.

Konverze 54

Vyhodnoťte podíl e-mailingu na celkovém obratu.



Během sezóny pravidelně **kontrolujte, jestli kampaně zafungovaly podle plánu**. Pokud nějaký aspekt rozesílky nefunguje, nebojte se původní strategii upravit. Naopak kampaně, které šlapou, neváhejte vytěžit na maximum.

Ideálně statistiky v reportech analyzujte s odstupem několika dní. Někteří uživatelé nekontrolují schránky denně, proto jim dopřejte více času.



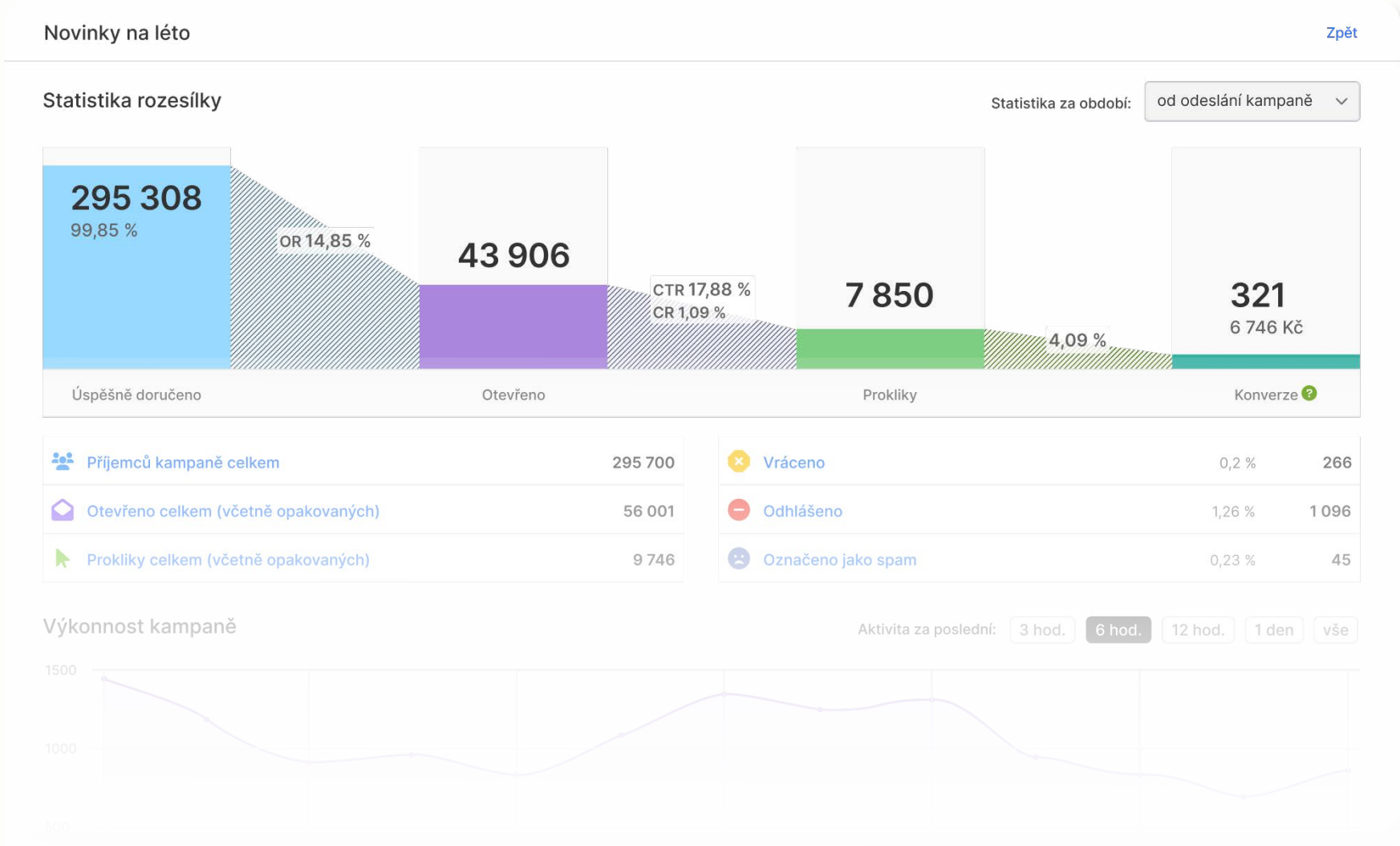
Patrik Votoček
Head of Emailing Services, Ecomail.cz

„Vyhodnocování reportů z odeslaných kampaní je klíčovým krokem v e-mailingu. Analýza výsledků umožňuje optimalizaci každé další rozesílky, což vede ke zlepšení efektivity Vašich kampaní.“

Základní metriky

Průměrně se **open rate** v České republice pohybuje mezi **10 až 20 procenty**. Na pozoru je nutné být, pokud míra otevření e-mailů klesne pod 10 %.

Click rate obecně dosahuje nižších výsledků. Optimálně by report e-mailové kampaně měl ukazovat hodnoty **mezi 2 až 5 % prokliků**. Posuzujte zvláště míru unikátních a opakovaných prokliků v kampaních.



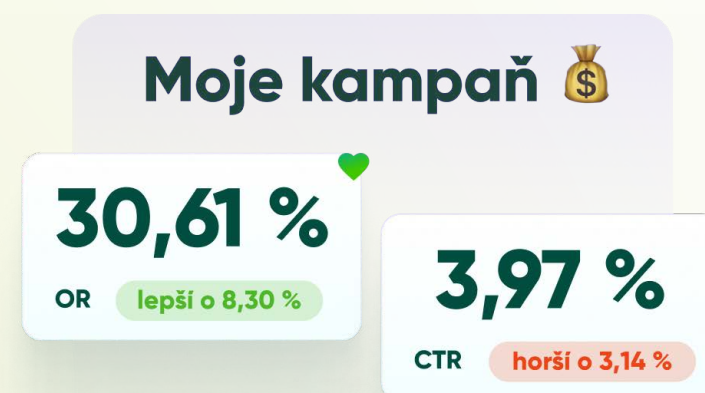
Užitečná je **mapa prokliků**, která znázorňuje poměr prokliků u jednotlivých URL odkazů. Snadno tak zjistíte, které odkazy v kampani byly nejúspěšnější a vaše zákazníci zaujaly.

Report ukáže také míru **doručitelnosti** kampaně. Ideálně by kampaň měla být doručena více než **95 % kontaktům**. Pokud váš e-mailing dosahuje dlouhodobě nižších výsledků, doporučujeme tipy z článku [Co dělá dobrou doručitelnost](#).



Tip

Aktivujte funkci **Benchmark** a zjistíte, jak si vaše kampaně vedou v porovnání s konkurencí. Srovnejte výsledky svých kampaní s dalšími klienty z Ecomailu, kteří podnikají ve stejném oboru. Mapování výsledků je zcela anonymní.



Konverze

Pro každého e-shopáře je důležité vyhodnotit **vliv e-mailingu na celkový obrat**. V e-mailovém nástroji proto sledujte i konverzní poměr, počet konverzí a tržby z běžných rozesílek, ale i automatických kampaní.

V Ecomailu tyto metriky najdete v samostatné sekci Konverze. Každá platforma má vlastní pravidla, na základě kterých konverze vypočítává. Ecomail vám započítá konverzi, pokud byl proveden nákup **10 dní od otevření e-mailu a 30 dní od kliknutí v e-mailu**.

Udržte si aktivní zákazníky i po hlavní sezóně

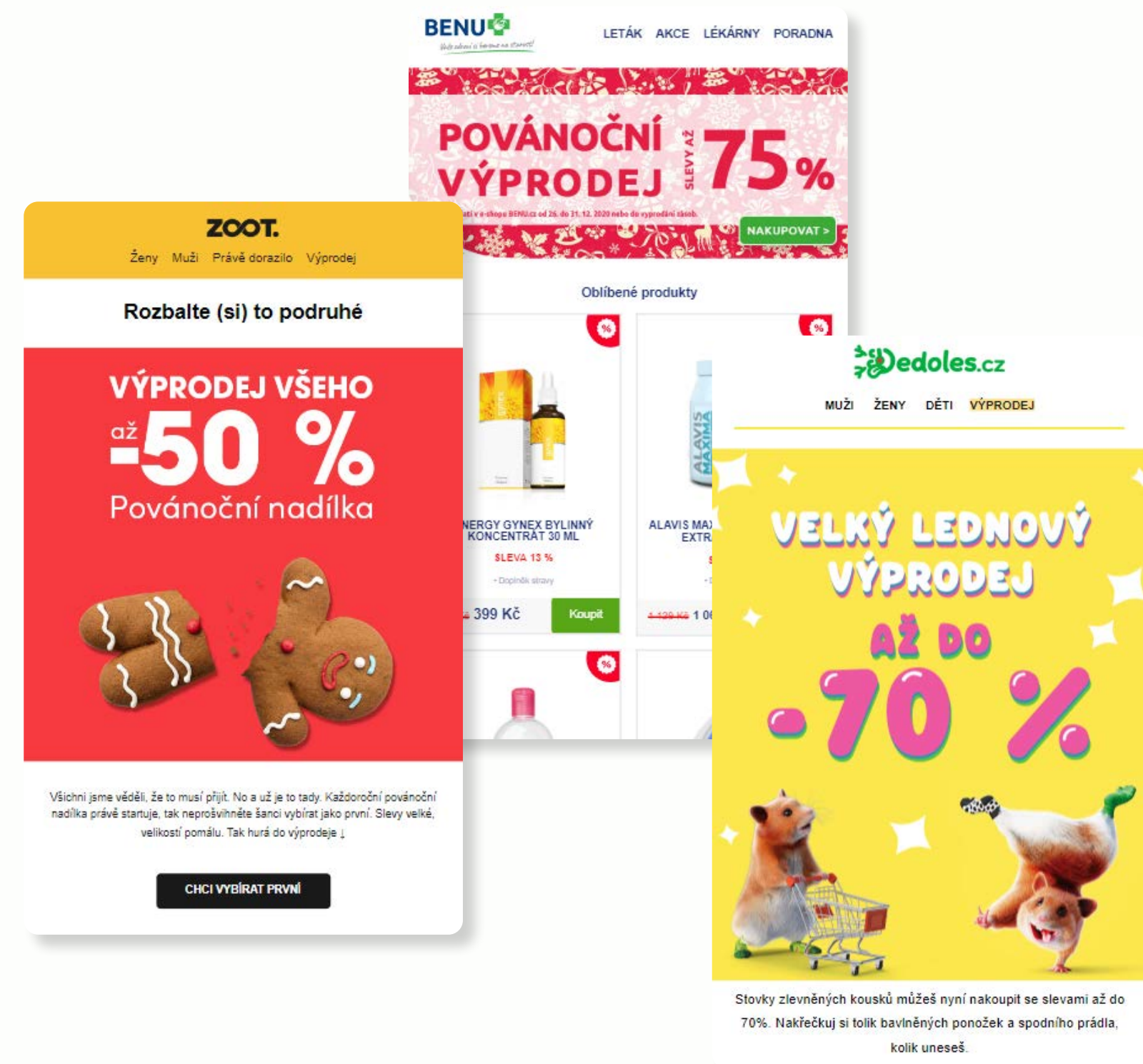
Začněte výprodejem	56
Zákazníci povánoční slevy milují!	
Pošlete slevu na další nákup	57
Zvyšte šanci na druhý nákup.	
Budujte vztah	58
Potěšte zákazníky hodnotným obsahem.	
Pracujte s novoročním předsevzetím	59
Lednová rozesílka k tomu přímo vybízí.	



Během sezóny se vám pravděpodobně podaří navýšit počet kontaktů ve vaší databázi. Neztraťte zákazníka po jednom nákupu a pokuste se z nováčků vytvořit základnu věrných zákazníků. E-mailing je pro to ideální kanál. **Jak na to?**

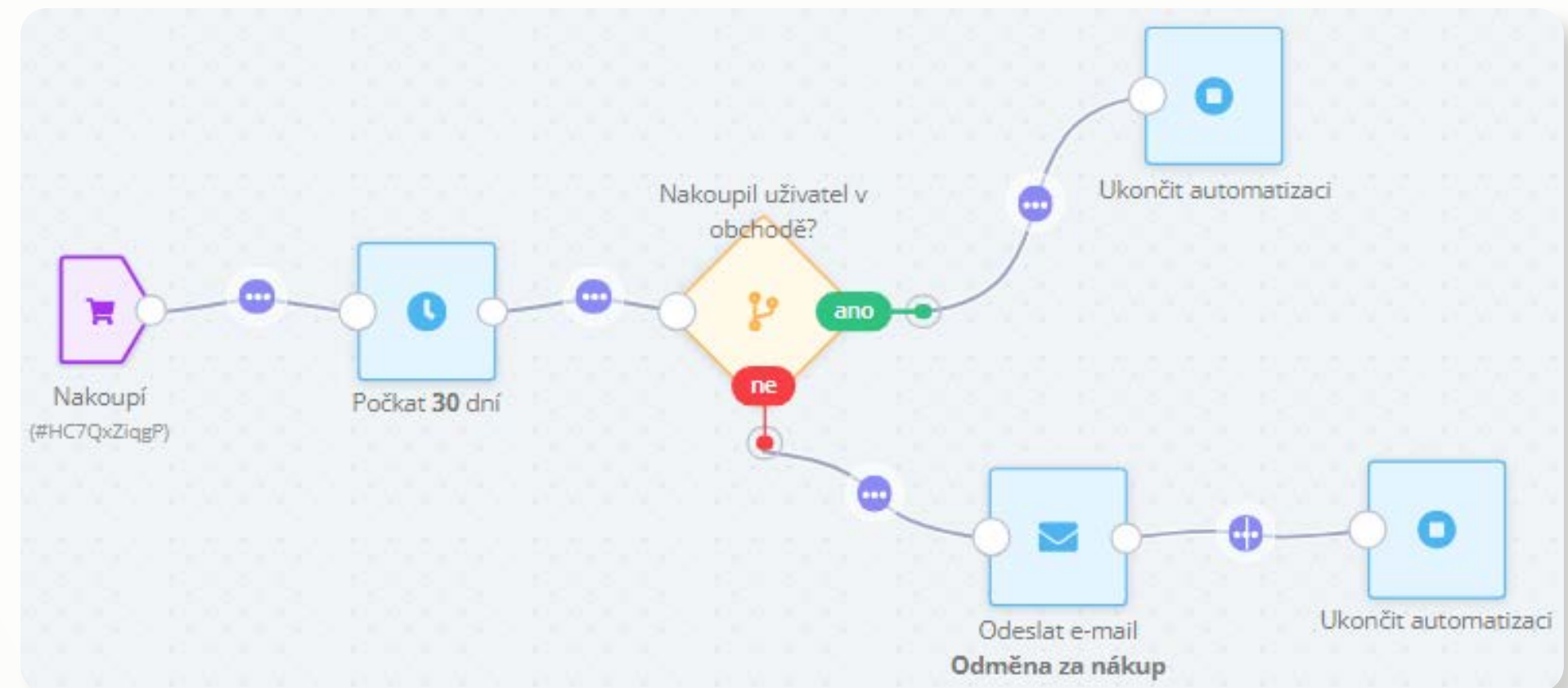
Začněte výprodejem

Zákazníci milují povánoční slevy a spousta z nich na ně vyloženě čeká. Díky nim by se vám mělo podařit **aktivovat i ty zákazníky, kteří u vás nenakupovali pro sebe, ale pro druhé**. Do sezónního plánování proto rovnou zahrňte i komunikaci bezprostředně po Štědrém dni. Ukažte, kolik procent při nákupu na vašem e-shopu ušetří.



Pošlete slevu na další nákup

Zvyšte šanci na druhý nákup. Nastavte si automatizaci, která po několika dnech nebo týdnech **odešle zákazníkovi slevový kupón na další nákup** nebo jinou motivační odměnu.



Budujte vztah

Kromě akčních nabídek potěšte zákazníky hodnotným obsahem, který nečekali a souvisí s vašimi produkty. Nebojte se kontaktům ukázat, že **váš e-shop umí nabídnout něco navíc**. Typicky to mohou být třeba články, recepty a další obsah. Zákazníkům můžete váš brand připomenout i newsletterem s přáním do nového roku.



JÍME ZDRAVĚ

Milé a milí,

zajímá Vás, jak chutná nový díl našeho projektu 30 minut v kuchyni?

No tak pojďte hned ochutnat! Připravili jsme si pro Vás bohaté a pestré menu, kterému vévodí rychlost a chuť.

Recepty v kuchařce 30 minut v kuchyni nejsou vždy 100% zdravé, ale kladou důraz na chuť, dostupnost, rychlost i kvalitu surovin, stejně jako recepty Jíme zdravě, a tak mohou být vhodnější alternativou pro začátečníky, anebo občasnou "hříšnou" odměnou pro pokročilé ve zdravém stravování.

A co jsme si pro Vás nachystali jako první? Hit, který jsme umístili i přímo na obálku kuchařky!

Vepřové maso ve smetanové omáčce



Užíváte si rádi voňavé koupele? K báječné relaxaci a zklidnění pomůže dlouhá bylinková koupel s vůní levandule. Vyzkoušejte voňavé levandulové šumivé tablety do koupele, které si můžete jednoduše vyrobit podle našeho návodu a ke koupeli si dopřát i šálek Levandulového zklidnění.

Návod na výrobu šumivých koulí do koupele



Čaj pro zklidnění

Potřebujete se zklidnit a zharmonizovat? Vyzkoušejte bylinnou směs heřmánku a levandule, která uvolňuje mysl a přispívá k navození klidu, duševní a tělesné harmonie.

Chci více klidu a harmonie

Léčivé účinky levandule

Levandule má mnoho příznivých léčivých účinků. Jak vám může pomoci, si přečtete v článku, který jsme celý věnovali této báječné bylince.

Jaké jsou léčivé účinky levandule



Levandulové babovíčky s citronem a čokoládou

Víte, že levanduli můžete využít i při pečení lahodných dezertů? Vyzkoušejte třeba oblíbené levandulové babovíčky s citronem a čokoládou.

Recept na levandulové babovíčky

Čaj proti stresu

Bylinnou směs pro lepší náladu a potlačení stresu určitě oceníte také. Nepůsobí tlumivě, takže na rozdíl od zklidňujících čajů po jejím požití zůstanete čerství a čilí.

Chci čaj proti stresu



Čaj pro více energie

Potřebujete více energie? Čaj Bylinková energie potlačí tělesnou i duševní únavu a podpoří vitalitu a osvěžení těla i mysli.

Chci více energie

Pracujte s novoročním předsevzetím

Nový rok, nové já. Zahrňte do lednové rozesílky myšlenku předsevzetí s zkuste se zákazníkům trefit do noty. Podpořte myšlenku **svěžího startu** také u vašich zákazníků.

blendea

NOVÝ ROK, ZDRAVĚJŠÍ JÁ
Dejte šanci doplňkům stravy

SLEVY AŽ 30 %

[Využít slevy +](#)

Nový rok, nové lepší a zdravější já

Také si tohle říkáte na konci každého roku? Toužíte po ještě lepší etapě svého života, ale nedokážete v tom pak být konzistentní? Pokud ano, je na čase začít budovat zdravé návyky. Svůj život máte ve vlastní režii a **Vaše tělo tu s Vámi bude celý život** – pečujte o něj.

Jak Vám na cestě k lepšímu já pomohou správně vybrané doplňky stravy?

- Pravidelné užívání Vám pomůže **vybudovat zdravý ranní rituál**
- **Podpoříte svou výkonnost a sílu** na plnění předsevzetí
- **Zaženete sezónní únavu** a hormonální výkyvy
- **Vaše tělo bude rychleji regenerovat** po fyzické námaze

A to je jen špička ledovce. Na www.blendea.cz si každý najde přesně to, co jeho tělo potřebuje a navíc za skvělé ceny. Připravili jsme si pro Vás totiž **novoroční slevy až 30 %** na sortiment, který Vám k lepšímu já pomůže. Omrkněte je níže.

Za tým Blendea, Kamila

[Prohlédnout všechny slevy →](#)

Nový rok, nové zdravější já

Slevy na vybrané produkty, se kterými vyкроčíte správným krokem do nového roku.

-30 %

[DO OBCHODU >>](#)

STROPEST, SUPER GREENS, E-WORKOUT, CITRUS MATCHA

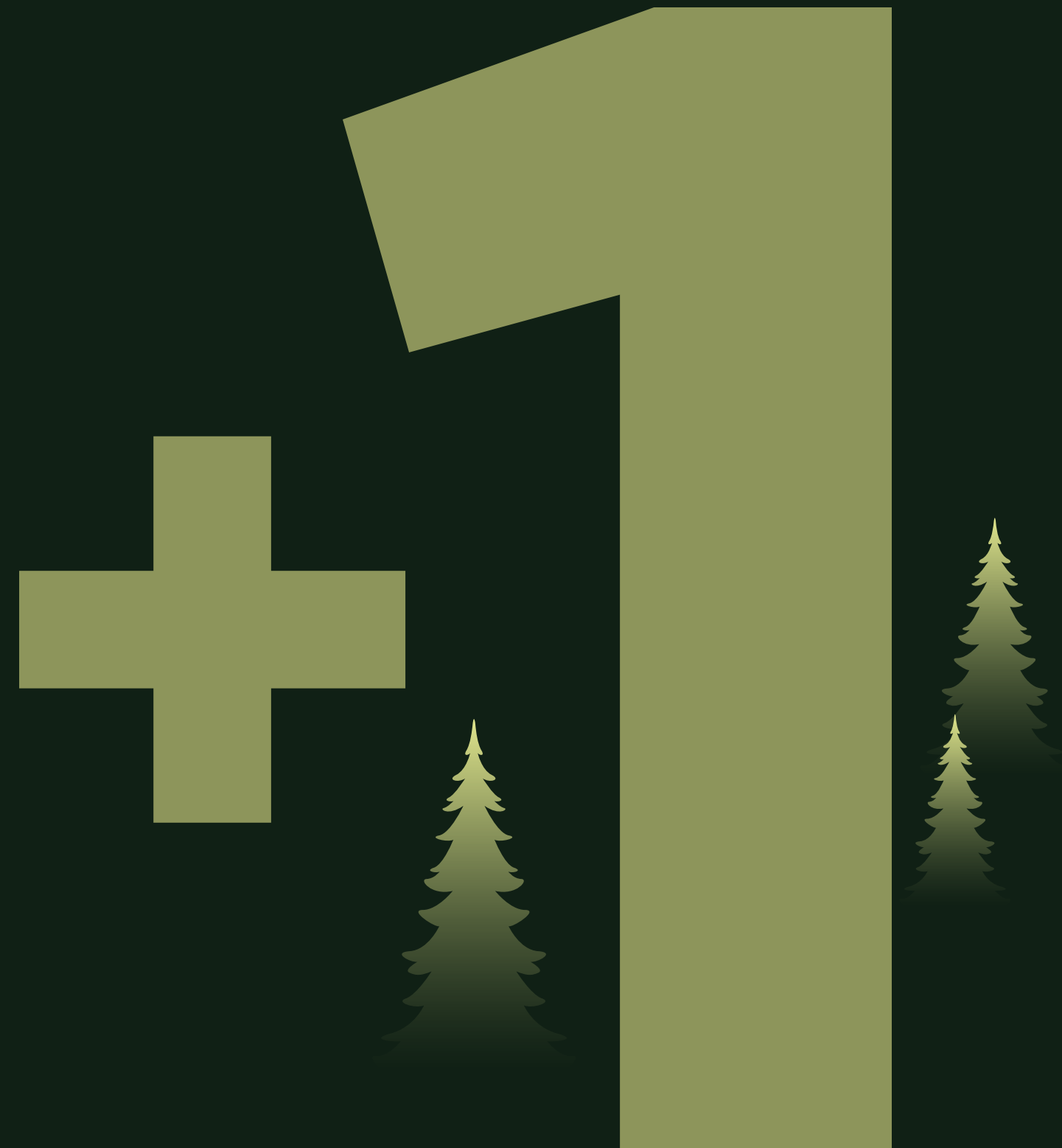


Tip

Pro zákazníky, kteří u vás právě nakoupili, nechte spuštěnou pouze ponákové automatizaci. Do ostatních automatických kampaní je zahrňte až po několika dnech po nákupu.

Sezónní marketingový kalendář

Naplánujte společně s naším kalendářem předvánoční rozesílku.



Naplánujte společně s naším kalendářem sezónní rozesílku.

Inspirujte se významnými dny a svátky, kterým můžete rozesílku přizpůsobit. Prodejní kampaně prokládejte obsahovými newslettery.

Vaši zákazníci v záplavě slevových nabídek jiný typ obsahu zajisté ocení a navíc díky tomu posílíte jejich vztah k vaší značce.



Patrik Votoček
Head of Emailing Services, Ecomail.cz

„Je důležité si uvědomit, že i když kalendář nabízí širokou škálu témat pro tvorbu newsletterů, cílem není zahlcovat zákazníky přílišným množstvím e-mailů. Promyslete proto nejprve frekvenci rozesílků a pravidelně sledujte reporty.“

LISTOPAD

PONDĚLÍ	ÚTERÝ	STŘEDA	ČTVRTEK	PÁTEK	SOBOTA	NEDĚLE
28. 10. Den vzniku Československa 	29. 10.	30. 10.	31. 10. Halloween 	1. 11.	2. 11. Památka zesnulých (Dušičky) 	3. 11.
4. 11.	5. 11.	6. 11.	7. 11.	8. 11.	9. 11.	10. 11.
11. 11. Svatý Martin na bílém koni 	12. 11.	13. 11.	14. 11.	15. 11.	16. 11.	17. 11. Mezinárodní den studentstva & Den boje za svobodu a demokracii 
18. 11.	19. 11. Mezinárodní den mužů 	20. 11.	21. 11. Světový den pozdravů 	22. 11.	23. 11.	24. 11.
25. 11.	26. 11.	27. 11.	28. 11.	29. 11. Black Friday 	30. 11.	1. 12. První adventní neděle 

PROSINEC

PONDĚLÍ

ÚTERÝ

STŘEDA

ČTVRTEK

PÁTEK

SOBOTA

NEDĚLE

2. 12.

Cyber Monday 🤖

3. 12.

4. 12.

Svátek
sv. Barbory 🌸

5. 12.

Mikuláš 🧝

6. 12.

7. 12.

8. 12.

Druhá adventní
neděle
🕯️🕯️🌲

9. 12.

10. 12.

11. 12.

12. 12.

13. 12.

Svatá Lucie noci
upije, ale dne
nepřidá 🌑🧙

14. 12.

15. 12.

Třetí adventní
neděle
🕯️🕯️🕯️🌲

16. 12.

17. 12.

18. 12.

19. 12.

20. 12.

21. 12.

První
zimní den
🐻

22. 12.

Čtvrtá adventní
neděle
🕯️🕯️🕯️🕯️🌲

23. 12.

24. 12.

Štědrý den
🌲🎀🎁

25. 12.

První svátek vánoční
★

26. 12.

Druhý svátek
vánoční
★★

27. 12.

28. 12.

29. 12.

30. 12.

31. 12.

Silvestr
🎆🎇🍾

1. 1.

Nový rok 🧑
a novoroční
předsevzetí 📅

2. 1.

3. 1.

4. 1.

5. 1.

Ještě nemáte Ecomail?

Posílejte s námi celý měsíc zdarma!

1. Na **ecomail.cz** si založíte účet.
2. V sekci **Platby** si zvolte velikost vaší databáze a tarif.
3. V dokončení objednávky vložte kód **o0vh4ECM** a můžete posílat celý měsíc zdarma.

o0vh4ECM

Promo kód platí do 31. 12. 2024

Nebo nás kontaktujte na **support@ecomail.cz** a účet zdarma nastavíme za vás.

Nechte to na nás.

Pomůžeme vám s e-mailingem ještě během předvánoční sezóny. Podívejte se na náš web nebo se rovnou ozvěte na **sluzby@ecomail.cz**. Naši e-mailingoví specialisté vám připraví nabídku, která bude vyhovovat vašim individuálním potřebám.

Democall pro rychlejší začátky

Domluvte si s námi hovor, kde vám během **30 minut** představíme funkce a výhody našeho nástroje a odpovíme na vaše dotazy. Vyberte si termín na [našem webu](#).





ecomail.cz

