



7 pravidel pro zvýšení konverzí e-mail marketingu

Jana Šobrová, Sherpas TECH

7 pravidel pro zvýšení konverzí e-mail marketingu

Doručená pošta

Obsah e-mailu

Landing Page

- 1**
Soustředte se na předmět
- 2**
Nepodceňujte preheader

- 3**
Používejte atraktivní obrázky
- 4**
Vyladte svoje texty
- 5**
Optimalizujte akční tlačítka
- 6**
Nezapomínejte na mobilní zařízení

- 7**
Přemýšlejte o cílových stránkách

+ AI BONUS

1

Soustředte se na předmět

Jak dobrý předmět vypadá?

- **poutavý**, originální a **výstižný**
- vzbuzuje zvědavost, urgenci nebo dokáže pobavit
- nejúspěšnější předměty jsou **dlouhé 3 až 6 slov**
- dobře fungují **čísla, výzvy**, nebo také otázky

2

Nepodceňujte preheader

Proč nestačí „Zobrazit e-mail v prohlížeči“?

- preheader má **významný vliv** na míru otevření e-mailů
- doporučená délka preview textu je **90-140 znaků**
- pokud je předmět a preheader výstižný i pouhé zobrazení e-mailu v doručené poště **může přimět k akci**

Téměř polovina
uživatelů otevírá
e-maily **na základě**
předmětu →

Preheader má
také **významný**
vliv →

The screenshot shows an email inbox interface. At the top, there is a search bar with a hamburger menu icon on the left and a search icon on the right. Below the search bar, there are five email entries, each with a circular profile picture, a sender name, a subject line, a preheader, a date, and a star icon.

Sender	Subject	Preheader	Date
MANGO	Budete-li mít nějaké pochybnosti...	Letní barvu par excellence	28. 5.
Florea.cz	Jak dát liliím to nejlepší? Naše tip...	Podívejte se, jak dát správnou péči...	28. 5.
Craft Sportswear	LAST CHANCE: 25% discount	The offer ends tonight!	28. 5.
Rock Point	Ušetřete 25 % na našich novinká...	Kód: OBUV25	28. 5.
Bella Rose	Udělejte (si) radost s květinov...	SLEVA 20 % na roztomilosti konč...	28. 5.

3

Používejte atraktivní obrázky



Každý obrázek vydá za 1000 slov

- **poutavé obrázky** jsou důležité ve všech oblastech marketingu
- doporučený poměr v newsletteru je **40 % obrázků a 60 % textu**
- **animace GIF** jsou skvělý způsob, jak upoutat pozornost
- optimalizujte obrázky pro **klasický režim i dark mode**





**STARTUJEME
SEZÓNU TULIPÁNŮ**
JARNÍ SLEVA 50 %
NA HOLANDESKÉ TULIPÁNY

Jarní sleva 50 % na holandské tulipány

Nechte se unést kouzlem nádherných tulipánů přímo z Holandska! Teď máte jedinečnou příležitost získat tyto **úctvné květiny za poloviční cenu** - s neuvěřitelnou slevou 50 %!

Nalé **šetrně kváskané tulipány** jsou vybrány s pečlivou pozorností a úctou, aby vám přinesly jakou radosť a obdiv vaši domácnosti či kanceláři. S našimi **tulipány z Holandska** získáte nejen **výjimečnou kvalitu a dlouhou životnost**, ale také **nádhernou paletu barev**, které dostají vašemu interiéru svěžest a eleganci.

Líbíte si tu nejlepší nabídku na trhu a objednáte si svoje tulipány ještě dnes. Nečekejte, než tato neodolatelná sleva zmizí tulipány z Holandska jsou **skvělým dárkem pro vaše blízké** nebo pro vás samotné.

Objednáte nyní a proměníte svůj domov či kancelář v ráj plný nádherných tulipánů. Tato **nabídka platí tento a příští týden**, tak neváhejte a ukažte světu, jak moc můžete tyto krásné květiny

Jít vybrat tulipány

4

Vylad'te svoje texty

Obsáhlé nezáživné texty nikoho nezaujmu

- texty by měly být **krátké**, zábavné a **inspirativní**
- používejte **aktivní a pozitivní jazyk**
- pište **krátké a stručné věty**
- používejte **nadpisy**, odrážky, nebo zdůrazněte to nejdůležitější **tučným písmem**



**PRÉMIOVÁ
ŽITNÁ
WHISTLEPIG**

ZJISTIT VÍCE »

Chrochtejte si s prémiovou žitnou WhistlePig

V názvu americké značky **WhistlePig** najdete pískání a vepře. A s jejich parádní žitnou whiskey si budete zaručeně chrochtat i pískat. Ne nadarmo je to **nejoceňovanější značka žitné** na světě.

Pokud vás stejně jako nás zajímá podivný název **WhistlePig**, vězte, že tahle geniální whiskey se pálí na bývalé farmě, kde dlouhé roky před tím chovali dobytek a prasata plemene kunekune. Jedno z nich údajně rádo pospávalo ve stodole, ze které se později stala destilerie. Každé jeho zachrápání rezonovalo dlouhým závěrečným písknutím. No a tenhle čuník se prochrápal až do názvu i loga. Stylový klobouček na jeho hlavě je

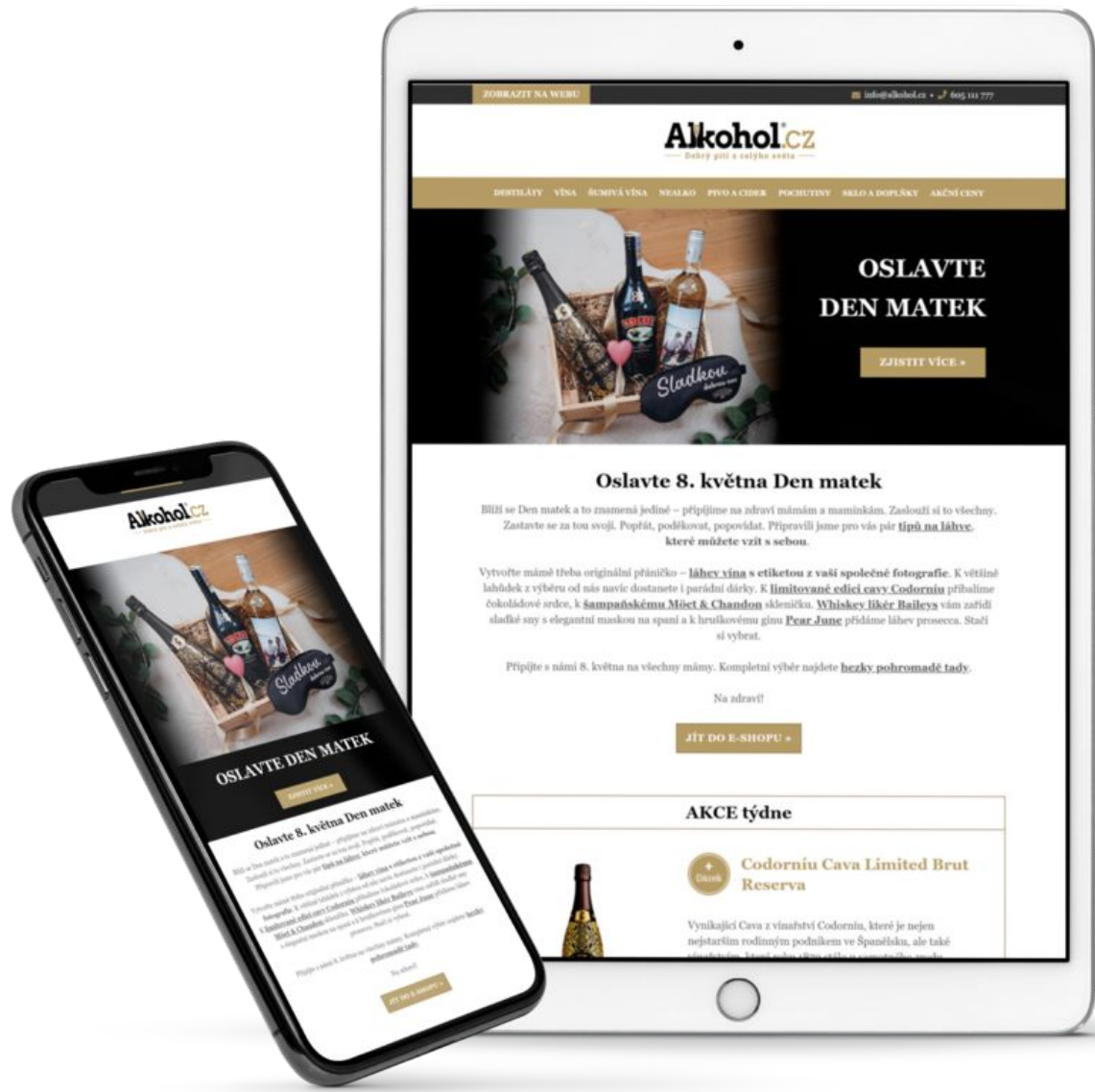
5

Optimalizujte akční tlačítka

CTA mají významný dopad na míru prokliku

- důležité je, aby byly **jasné a dobře viditelné**
- obecně se doporučuje umístit **hlavní CTA do první třetiny** newsletteru a použít kontrastní barvu
- efektivní **výzva k akci** říká, co se stane, když kliknu





Header

Hero Image

Úvodní část newsletteru

← Hlavní CTA

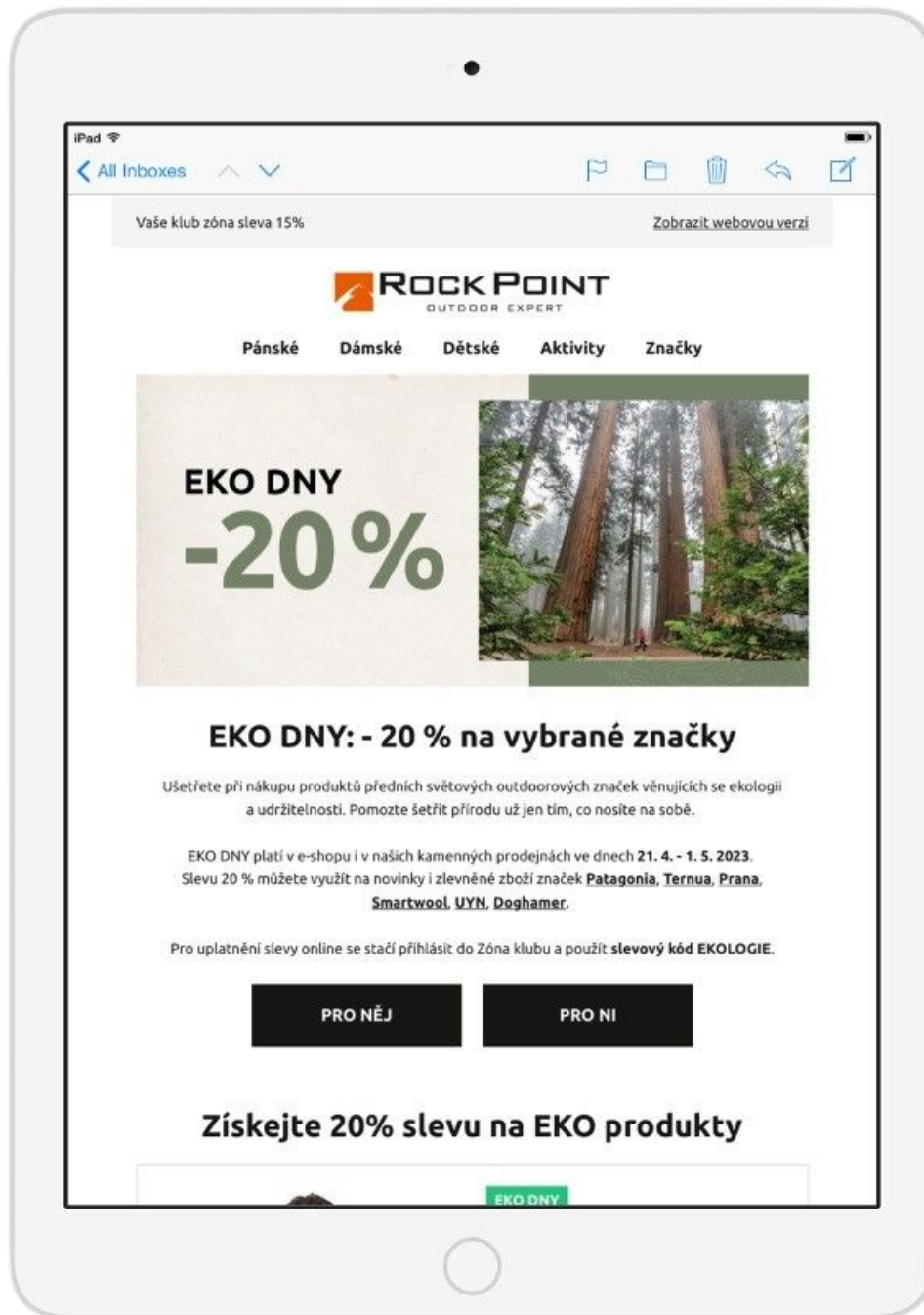
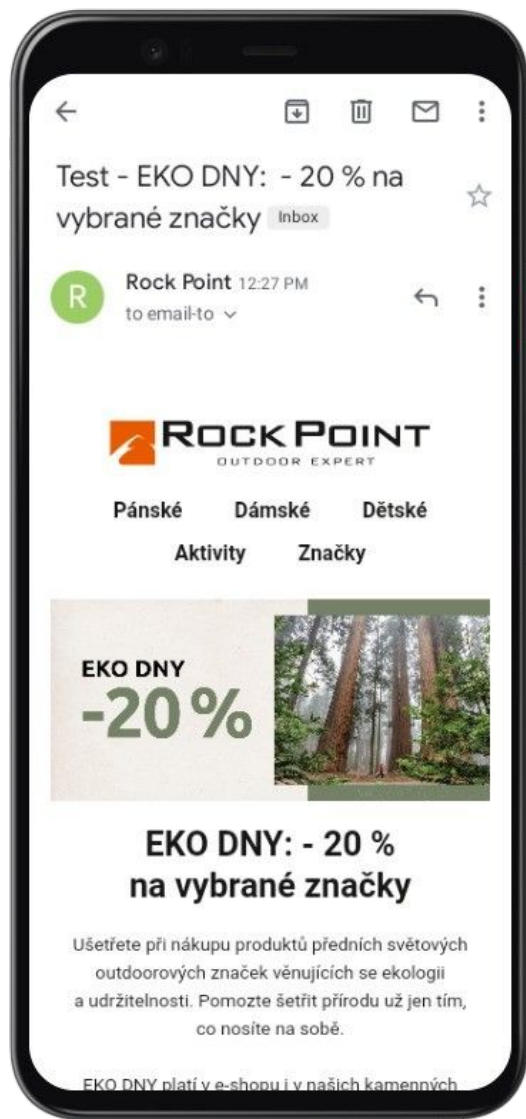
Zdroj: Sherpas TECH, kampaň Alkohol.cz

6

Nezapomínejte na mobilní zařízení

Víte, jak váš newsletter vypadá ve smartphonu?

- **víc než polovina** uživatelů otevírá e-maily v mobilním zařízení
- responzivní šablona je tak naprostou nezbytností
- **optimalizujte a testujte šablony** na různých zařízeních



Zdroj: Sherpas TECH, kampaň Rock Point

7

Přemýšlejte o cílových stránkách



Co je vlastně hlavním cílem každého newsletteru?

- na cílové stránce (landing page) **dochází ke konverzi**
- měla by **jasně navazovat** na newsletter
- být uživatelsky přívětivá a obsahovat **výzvu k další akci**



What it's like investing in marketing campaigns without an effective landing page



Jak poznám, že je můj obsah úspěšný?

Doručená pošta

Obsah e-mailu

Landing Page

Předmět a preheader
by měly nalákat
k otevření e-mailu.

Metrika:

Open Rate > 20 %
automat > 60-80 %

Kvalitní obsah
dokáže přesvědčit
ke kliknutí.

Metrika:

Click Rate > 4 %
automat > 20-60 %

Dovede na cílovou
stránku, kde **dochází**
k dané konverzi.

Metrika:

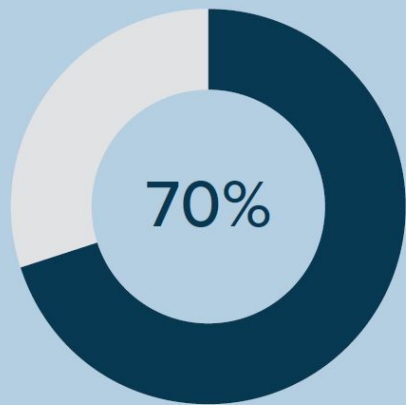
Conversion Rate > 1 %
automat > 10 %



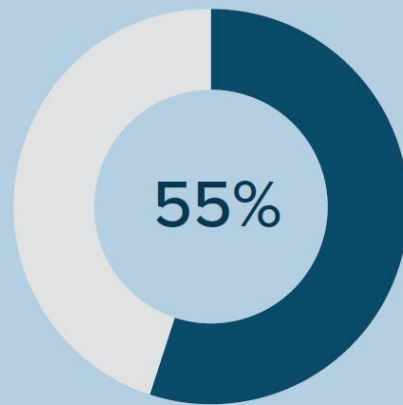
**A co na to všechno
říká AI?**

+ AI BONUS

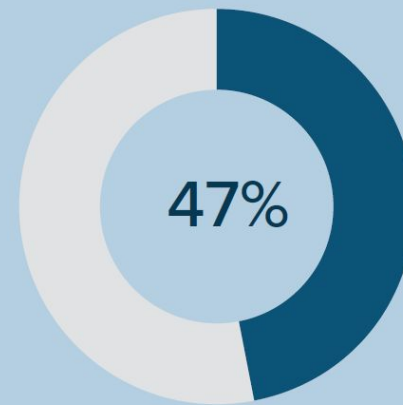
How machine learning and AI are used in email marketing



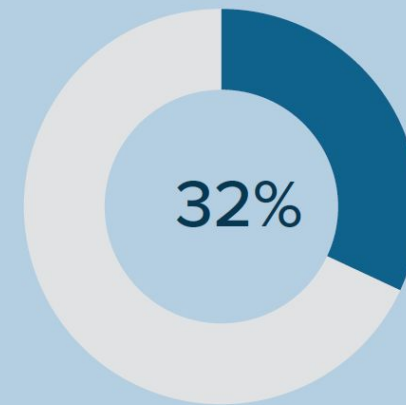
Send time optimization/
personalization



Segmentation
and subscriber
targeting



Individualized product
recommendations,
content suggestions,
etc.



Writing or suggesting
personalized subject
lines, calls-to-action, or
other copy

Zdroj: 2021 State of Email report, Litmus Software, Inc.



Jak efektivně zapojit AI do tvorby obsahu?

- generování návrhů **předmětů**
- **návrhy textů**, úpravy textů, překlad do dalších jazyků
- publikování textů se neobejde bez přísné **editorské kontroly!**
- úpravy a kreativní příprava grafického obsahu



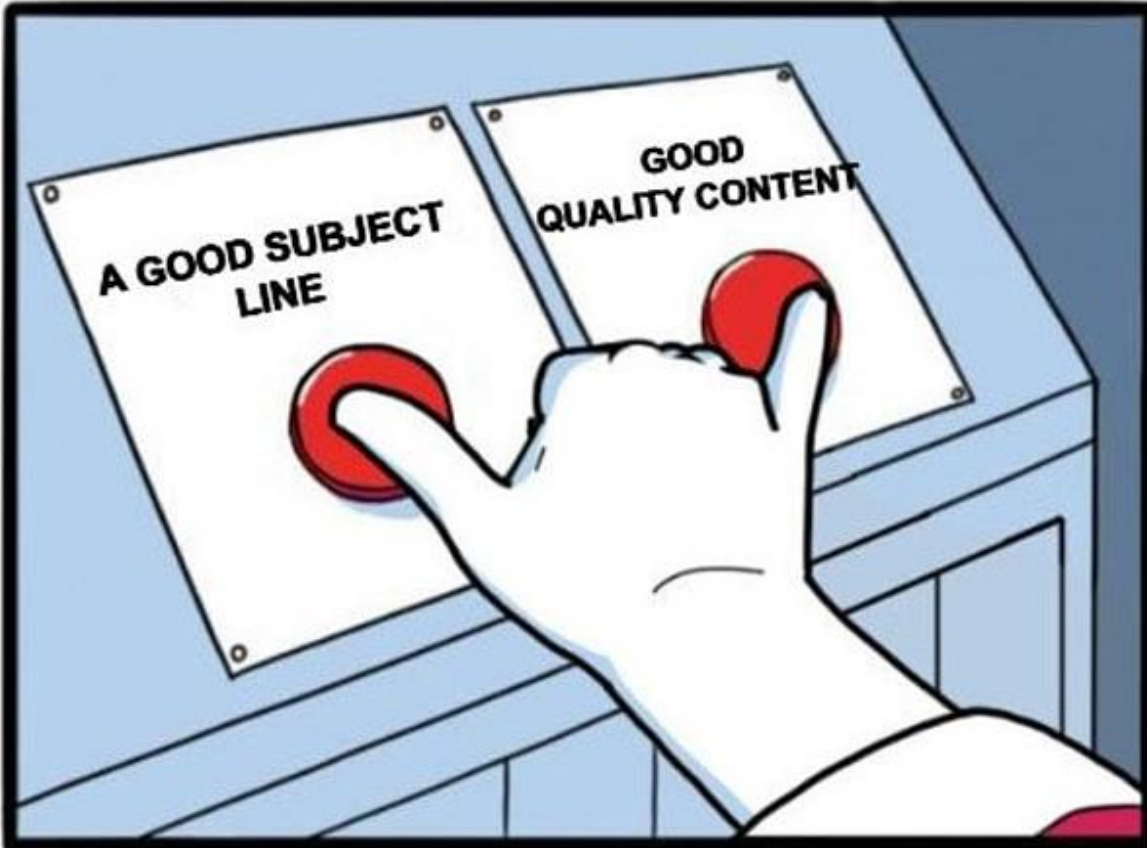
Grafický generátor Adobe Firefly



Adobe

Úspěch začíná u předmětu a končí na cílové stránce

- **Cílovou konverzi ovlivňuje vše** od prvního dojmu v doručené poště přes grafický design, texty, obrázky, výzvy k akci až po plynulý přechod na cílovou stránku.
- Všechny tyto prvky musejí do sebe zapadat a jejich **funkčnost je stejně důležitá jako vizuální podoba.**



Děkuji za pozornost!

Jana Šobrová

jana.sobrova@sherpas.tech

<https://www.linkedin.com/in/janasobrova/>