

# Relacje oparte na mocnym gruncie

Jak zbudować skuteczną strategię e-mail marketingową na przykładzie branży ogrodniczej?



Karolina Szczecina  
Partnership Manager

# Mamy 2024 rok

Mamy 2024 rok

# E-MAIL MARKETING

“UMARŁ”

Mamy 2024 rok

# E-MAIL MARKETING

“**UMARŁ**”

Praktycznie nikt już nie  
korzysta z możliwości  
zapisania się do  
newslettera

Mamy 2024 rok

# E-MAIL MARKETING

“**UMARŁ**”

Praktycznie nikt już nie korzysta z możliwości zapisania się do newslettera

Osoby, które zapisały się do newslettera i tak go nie otwierają

Mamy 2024 rok

# E-MAIL MARKETING

“**UMARŁ**”

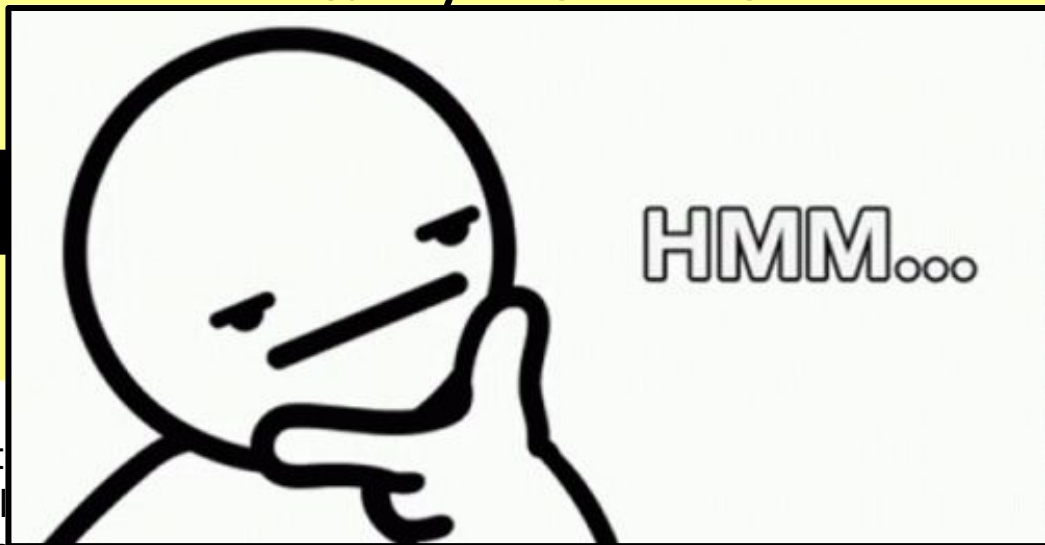
Praktycznie nikt już nie korzysta z możliwości zapisania się do newslettera

Nie generuje on bezpośrednich przychodów

Osoby, które zapisały się do newslettera i tak go nie otwierają

## Mamy 2024 rok

**E-I**



**NG**

Praktycznie nikt  
korzysta z możl  
zapisania się do  
newslettera

Nie generuje on  
bezpośrednich  
przychodów

które zapisały się  
newslettera i tak go  
nie otwierają

Mamy 2024 rok

# E-MAIL MARKETING

“UMARŁ”?



→ Według raportu SARE **59%** respondentów decyduje się na subskrypcję newslettera

- Według raportu SARE **59%** respondentów decyduje się na subskrypcję newslettera
- Z czego **31,6%** odpowiedziało, że odpowiednio spersonalizowany newsletter jest dla nich bezpośrednim powodem do dokonania zakupu

- Według raportu SARE **59%** respondentów decyduje się na subskrypcję newslettera
- Z czego **31,6%** odpowiedziało, że odpowiednio spersonalizowany newsletter jest dla nich bezpośrednim powodem do dokonania zakupu
- Średni OR automatyzacji edrone w branży Home&Garden to **31,23%**

**Find Your Next  
Big Sale!**



**Dlaczego  
e-mail  
marketing  
jest  
istotny?**

**Nie każdy** Twój odwiedzający to klient, ale za  
każdego już zapłaciłeś

**Nie każdy** Twój odwiedzający to klient, ale za  
każdego już zapłaciłeś

**ALE**

**Nie każdy** Twój odwiedzający to klient, ale za  
każdego już zapłaciłeś

**ALE**

Każdy odwiedzający tworzy **szansę sprzedażową**

**Nie każdy** Twój odwiedzający to klient, ale za  
każdego już zapłaciłeś

**ALE**

Każdy odwiedzający tworzy **szansę sprzedażową**

**A Ty jak wykorzystujesz  
te szanse?**

Dlaczego do ich  
wykorzystywania **potrzebujesz**  
**e-mail marketingu?**

# 1. Lead generation



# 1. Lead generation

- Lead kontaktowy



# 1. Lead generation

- Lead kontaktowy
- Lead marketingowy



# 1. Lead generation

- Lead kontaktowy
- Lead marketingowy
- **Lead sprzedażowy**



# 1. Lead generation

- Lead kontaktowy
- Lead marketingowy
- Lead sprzedażowy



**Kontakty w Twojej bazie są Twoim niezależnym od innych podmiotów zasobem klientów oraz potencjalnych klientów**

## 2. Lead nurturing



Każdy odwiedzający tworzy **szansę**  
**sprzedażową**

## 2. Lead nurturing



Każdy odwiedzający tworzy **szansę sprzedażową**

Twoi potencjalni klienci są jak **rośliny**

## 2. Lead nurturing



Każdy odwiedzający tworzy **szansę sprzedażową**

Twoi potencjalni klienci są jak **rośliny**

Od Ciebie zależy to czy będziesz ich odpowiednio pielęgnował, aby **wzrosli i dojrzeli do zakupu**

**Lead nurturing** - strategia marketingowa  
polegająca na długotrwałej komunikacji i budowaniu  
relacji z potencjalnym klientem, aby w  
przyszłości **zrealizować szansę sprzedażową**

### 3. Skracanie ścieżki zakupowej klienta

Branża Home&Garden **nie słynie** z impulsywnych zakupów, klient nieraz potrzebuje przemyśleć zakup lub **upewnić się** czy kupowany przedmiot będzie odpowiedni

### 3. Skracanie ścieżki zakupowej klienta

Branża Home&Garden **nie słynie** z impulsywnych zakupów, klient nieraz potrzebuje przemyśleć zakup lub **upewnić się** czy kupowany przedmiot będzie odpowiedni

*Dzięki e-mail marketingowi możemy np. wyedukować potencjalnego klienta przesyłać e-book jaki nawóz wybrać do danych roślin*

## 4. Touchpointy i budowanie świadomości marki

Touchpoint, czyli tzw. **punkty styku**. Są to sytuacje i miejsca, w których klient ma kontakt z marką.

## 4. Touchpointy i budowanie świadomości marki

Touchpoint, czyli tzw. **punkty styku**. Są to sytuacje i miejsca, w których klient ma kontakt z marką.

- Punkty styku przed dokonaniem zakupu za pomocą komunikacji mailingowej budują **świadomość marki** oraz **zwiększają konwersję**

## 4. Touchpointy i budowanie świadomości marki

Touchpoint, czyli tzw. **punkty styku**. Są to sytuacje i miejsca, w których klient ma kontakt z marką.

- Punkty styku przed dokonaniem zakupu za pomocą komunikacji mailingowej budują **świadomość marki** oraz **zwiększają konwersję**
- Punkty styku po dokonaniu zakupu pomagają utrzymywać **relację** z klientem

Dlaczego automatyzacja  
w e-mail marketingu jest  
**kluczowa?**

# SEGMENTACJA

# SEGMENTACJA



**PAWEŁ**  
**35**  
**LATA**



# SEGMENTACJA



**PAWEŁ**  
**35**  
**LATA**



**AGATA**  
**55 LAT**



# SEGMENTACJA



**PAWEŁ**  
**35**  
**LATA**



**AGATA**  
**55 LAT**



**KASIA**  
**28 LAT**



# PERSONALIZACJA

# PERSONALIZACJA

- 61,47% użytkowników wskazuje **personalizację** e-maila jako drugą z głównych cech dobrego newslettera

# PERSONALIZACJA

- 61,47% użytkowników wskazuje **personalizację** e-maila jako drugą z głównych cech dobrego newslettera
- 80,59% użytkowników twierdzi, że dobry newsletter powinien dostarczać **oczekiwanych** treści.

BEZ

NIE MA

BEZ  
**SEGMENTACJI**  
NIE MA

BEZ  
**SEGMENTACJI**  
NIE MA  
**PERSONALIZACJI**

**dzięki segmentacji**

możemy poznać preferencje i zachowania  
Naszych klientów i odpowiedzieć właściwie  
na ich potrzeby

# Wiadomość po zakupie

PAWEŁ



AGATA



KASIA



Dziękujemy za zakupy w naszym sklepie, sprawdź nasze pozostałe produkty które mogą Cię zainteresować :)



ZOBACZ



ZOBACZ



# Wiadomość po zakupie

Dziękujemy za zakupy w naszym sklepie, sprawdź nasze pozostałe produkty, które mogą Cię zainteresować :)

PAWEŁ



AGATA



KASIA



ZOBACZ



# Wiadomość po zakupie



**PAWEŁ**



Dziękujemy za zakupy w naszym sklepie, sprawdź nasze pozostałe produkty które mogą Cię zainteresować :)



ZOBACZ



ZOBACZ



# Wiadomość po zakupie



**AGATA**



**KASIA**



Dziękujemy za zakupy w naszym sklepie, sprawdź nasze pozostałe produkty które mogą Cię zainteresować :)



ZOBACZ



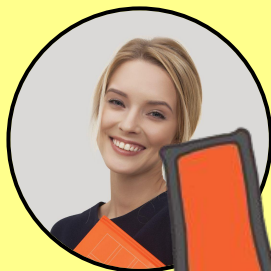
ZOBACZ



# Wiadomość po zakupie



AGATA



KASIA

Dziękujemy za zakupy w naszym sklepie, sprawdź nasze pozostałe produkty które mogą Cię zainteresować :)



ZOBACZ

WTF!



SYNERGIA E-MAIL MARKETINGU Z  
SEGMENTACJĄ I PERSONALIZACJĄ

=

**LOJALIZACJA KLIENTA**

**65% konsumentów** twierdzi, że otrzymywanie spersonalizowanych ofert oraz zaprojektowanych pod kątem osobistych oczekiwań promocji pozytywnie wpływa na ich lojalność.

**Utrzymanie klienta** jest dla e-sklepu  
5-8 x tańsze  
niż pozyskanie nowego

Utrzy



klepu

# Strategia e-mail marketingu na przykładzie branży **Home & Garden**

→ Budowanie bazy subskrybentów

# Budowanie bazy subskrybentów

Dobrze zaprojektowana strategia: **Onsite marketing**, może przyczynić do wzrostu bazy subskrybentów nawet o 300% w skali miesiąca.

# Budowanie bazy



# Budowanie bazy



ehortico

Czy wyrażasz zgodę na otrzymywanie powiadomień dotyczących ofert i promocji w przeglądarce?

### Zapisz się do naszego newslettera!

Zyskasz 15 zł rabatu na pierwsze zakupy\* i będziesz na bieżąco ze wszystkimi ofertami!

Email

Imię

ZAPISZ SIĘ

☐ Wyrażam zgodę na przetwarzanie podanych powyżej danych osobowych w celu otrzymywania newslettera.

☐ Wyrażam zgodę na otrzymywanie bezpłatnych informacji, informacji handlowych i marketingowych w formie newslettera na zasadach określonych w Regulaminie (link).

\*15 zł do wykorzystania przy zakupach za min. 150 zł

### Promocje

**HIT** **-23 %**



AMPOL Nawóz jesienny do trawnika 25kg

~~129,99 zł~~  
**99,99 zł**



Agropak Mrówkogran na mrówki 900 g

~~49,99 zł~~  
**44,99 zł**

BARENBRUG BAR POWER RPR Play & Sport / RPR Lawn 15 kg

~~621,97 zł~~  
**529,99 zł**

Fructus nawóz JESIENNY TRAWN

~~124,19 zł~~  
**99,99 zł**

powered by edrone



# **Strategia e-mail marketingu na przykładzie branży Home & Garden**

- Budowanie bazy subskrybentów
- Segmentacja klientów

# Profilowanie klientów

Profil klienta

Segmenty

Tagi

Zamówione produkty

Oglądane produkty



Kasia

High Risk Active  
Trend Setter  
Prospect

About:

Orders: 0  
Total order value: 0 (zł)  
Poland  
John.Smith@edrone.me  
Krosno  
GENDER: Male  
Phone number: 0700880774

Subscription:

Email status: Subscribed  
Last modification: 2019-07-23 08:58:33.0  
SMS status: Unsubscribed  
Last modification: 2019-08-17 18:00:06.0

Social Data:

 <http://klout.com/john>  
 <https://www.facebook.com/john>  
 <http://www.pinterest.com/in/john/>  
 <https://www.linkedin.com/in/john>  
 <https://twitter.com/john>  
JOB: john - john  
2014-01

System:

First log in: 2015-10-28 13:02:28 America/Sao\_Paulo  
Last seen: 2016-01-07 08:37:02 America/Sao\_Paulo

Add tags

98

User activity



Kasia

ORDERED PRODUCT



Kasia

VIEWED PRODUCT



# SEZONOWOŚĆ

Dzięki zebraniu **profilu klientów** w sezonie  
jesteśmy w stanie w następnym **sezonie**  
do nich wrócić

# **Strategia e-mail marketingu na przykładzie branży Home & Garden**

- Budowanie bazy subskrybentów
- Segmentacja klientów
- Personalizacja oferty i treści

# Personalizacja oferty

KASIA



Dziękujemy za zakupy w naszym sklepie, sprawdź nasze pozostałe produkty które mogą Cię zainteresować :)



ZOBACZ



ZOBACZ



# Strategia e-mail marketingu na przykładzie branży **Home & Garden**

- Budowanie bazy subskrybentów
- Segmentacja klientów
- Personalizacja oferty i treści
- Lojalizacja klientów i budowanie relacji

# Lojalizowanie klienta i budowanie relacji



Kasia

High Risk Active  
Trend Setter  
Prospect

About:

Orders: 0  
Total order value: 0 (zł)  
Poland  
John.Smith@edrone.me  
Krosno  
GENDER: Male  
Phone number: 0700880774

Subscription:

Email status: Subscribed  
Last modification: 2019-07-23 08:58:33.0  
SMS status: Unsubscribed  
Last modification: 2019-08-17 18:00:06.0

Social Data:

 <http://klout.com/john>  
 <https://www.facebook.com/john>  
 <http://www.pinterest.com/in/john/>  
 <https://www.linkedin.com/in/john>  
 <https://twitter.com/john>  
JOB: john - john  
2014-01

System:

First log in: 2015-10-28 13:02:28 America/Sao\_Paulo  
Last seen: 2016-01-07 08:37:02 America/Sao\_Paulo

Add tags

98

User activity



Kasia

ORDERED PRODUCT



Kasia

VIEWED PRODUCT



Zamówione produkty

Oglądane produkty

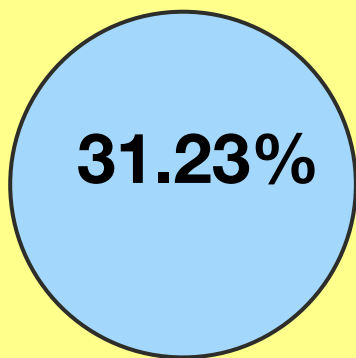
# Strategia e-mail marketingu na przykładzie branży **Home & Garden**

- Budowanie bazy subskrybentów
- Segmentacja klientów
- Personalizacja oferty i treści
- Lojalizacja klientów i budowanie relacji
- Wzrost sprzedaży

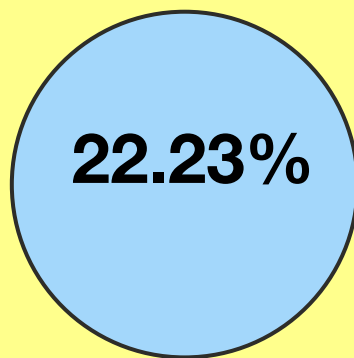
# Na jakie **wskaźniki efektywności** ma wpływ **e-mail marketing**?

- **OR** i **CTOR** – otwieralność i klikalność maili
- **AOV** – podnoszenie wartości koszyka
- **CLV** – wzrost wartości klienta
- **CR** – wzrost współczynnika konwersji
- **ROI** – zwrot z inwestycji w e-mail marketing
- **CAC** – koszt pozyskania klienta

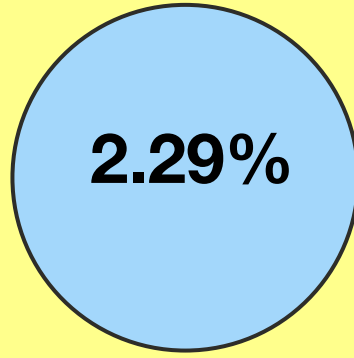
# Marketing Automation w Home & Garden w liczbach



**Open Rate**

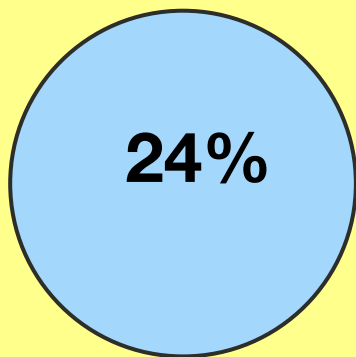


**CTOR**

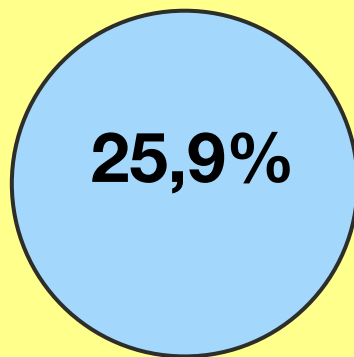


**CR**

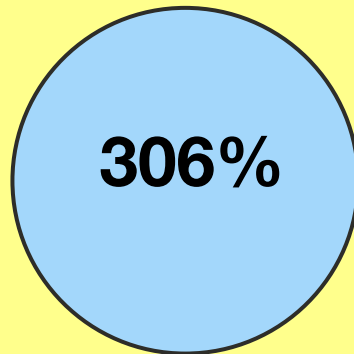
# Marketing Automation w Home & Garden w liczbach



**Impact Rate**



**AOV**



**Subscribers**

# AOV - Cross-selling

Około 30% całkowitej sprzedaży w e-commerce pochodzi z cross-sellingu. Zaproponuj produkty komplementarne do tego, który właśnie wybrał klient



**Dzień dobry!**

Pamiętasz produkty, które Ci się podobały?  
Aby pomóc Ci urządzić pokój młodzieżowy na szóstkę, przygotowaliśmy specjalne zestawienie pasujących do nich artykułów.

Nie martw się - jeśli wybrany produkt nie spełni Twoich oczekiwań masz **14 dni na zwrot towaru bez podania przyczyny**. Zapoznaj się z naszym [regulaminem](#).

Jeśli potrzebujesz pomocy przy wyborze, [skontaktuj się nami!](#)

**Zobacz nasze propozycje:**



# AOV - Up-selling

Up-selling zwiększa przychody średnio o 10-30%. Zaproponuj nowszą wersję produktu lub podobny, bardziej luksusowy towar.



Cześć

Wybierając nowy stół, pamiętaj o doborze odpowiednich krzeseł   
Baw się i łącz różne modele oraz kolory ze sobą, albo zdecyduj się na jeden z przygotowanych kompletów

Przygotowaliśmy dla Ciebie kilka propozycji...

[Sprawdź!](#)



[SPRAWDŹ!](#)



[SPRAWDŹ!](#)

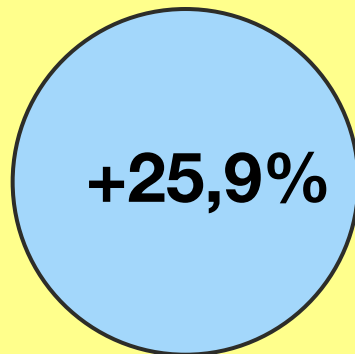


[SPRAWDŹ!](#)



# AOV - średnia wartość zamówienia

bez edrone  
**501,09 PLN**



# CLV - Newsletter

Pozostań z klientami  
w stałym kontakcie.  
Twórz i wysyłaj inspirujące  
newslettery. Pamiętaj,  
by robić to regularnie.  
Nie zapominaj o ważnych  
świętach, takich jak  
urodziny, Dzień Kobiet,  
walentynki i inne.



**ZGARNIJ RABAT  
NA TOALETKĘ**

**DZIENKobiet10**

Skorzystaj z kodu  
[www.sklep.akord.net.pl](http://www.sklep.akord.net.pl)

Witaj \*|FIRST\_NAME|\* 😊

Dzień Kobiet zbliża się wielkimi krokami, a my z tej okazji  
ogłaszamy wielką promocję na toaletki 🌹

[PRZEJDŹ DO SKLEPU](#)

# CLV - Program Afiliacyjny



**Dziękujemy**  
za wybór naszego sklepu

Witaj ❤️

Dziękujemy za zakupy w naszym sklepie!  
Jesteśmy przekonani, że nasze wysokiej jakości produkty  
przyniosą Ci wiele satysfakcji i radości.  
Poleć nas swoim znajomym,  
a nagrodzimy Cię dodatkowym rabatem!  
**Skopiuj poniższy link i podaj dalej** 📋👉

[https://miahome.pl/?e\\_ref=017c07540d79e9c9b4eb](https://miahome.pl/?e_ref=017c07540d79e9c9b4eb)



ZOBACZ PRODUKT



ZOBACZ PRODUKT



ZOBACZ PRODUKT

# CLV - Przywracanie klientów (brak wizyty przez dłuższy czas)

Witaj ❤️

Tęsknimy za Tobą, wiesz? Nie było Cię u nas już od 0 dni!

Może czas na odrobinę nowości do Twoich wnętrz?

Z rabatem -10% - **powrót** zakupy będą dużo przyjemniejsze ❤️

Daj się zaskoczyć i odkryj, co mamy do zaoferowania ❤️

Jeżeli masz jakieś pytania dotyczące naszych produktów, napisz do nas,  
a my chętnie na nie odpowiemy!

✨ Pozdrawiamy, Miahome.pl ✨



ZOBACZ



ZOBACZ



ZOBACZ

# CR - Wiadomości po wizycie

**BODZIO**

KUCHNIA | SALON | SYPIALNIA | POKÓJ MŁODZIEŻOWY | JADALNIA | BIURO



**Cześć !**

Dziękujemy za odwiedzenie naszej strony!

W trosce o Twoją wygodę, zatrzymaliśmy ostatnio przeglądane przez Ciebie produkty. Ich listę znajdziesz poniżej.



Siedzisko 1-osobowe...

[Przejdź do sklepu](#)



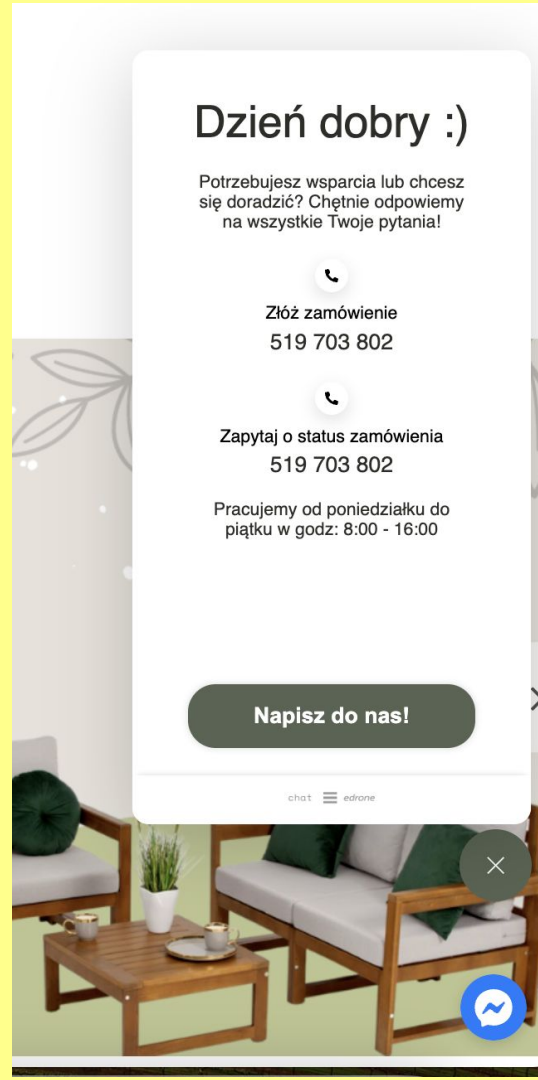
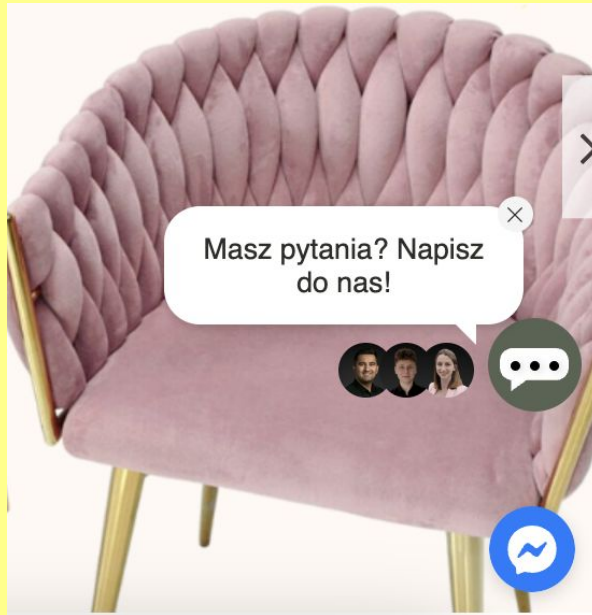
[Przejdź do sklepu](#)



[Przejdź do sklepu](#)

# CR - Chat

Aż 63%  
użytkowników  
chętniej wraca na  
stronę sklepu, jeśli  
sklep oferuje czat na  
żywo





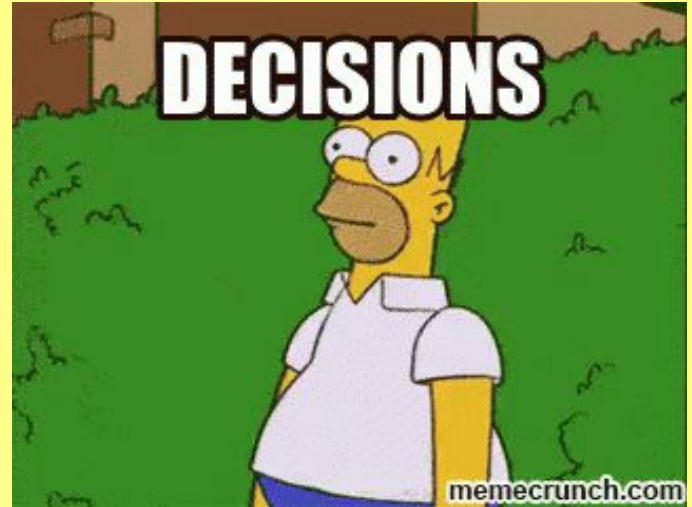
CAC: 100zł  
Zamówienie: 200zł  
Marża: 30%  
**Zysk: -40zł**



CAC: 100zł  
Zamówienie: 800zł  
Marża: 30%  
**Zysk: 140zł**

# DECISION FATIGUE

- (tzw. zmęczenie decyzyjne) mnogość opcji potrafi przytłoczyć tak bardzo, że trudno wybrać tę jedną, zadowalającą



# DECISION FATIGUE

- (tzw. zmęczenie decyzyjne) mnogość opcji potrafi przytłoczyć tak bardzo, że trudno wybrać tę jedną, zadowalającą

**zmniejszenie zmęczenia  
decyzyjnego u potencjalnych  
klientów może skutkować  
zwiększeniem konwersji**



**Sztuczna inteligencja i uczenie maszynowe** mogą pomóc sklepom internetowym w dostosowywaniu rekomendacji produktów do **indywidualnych preferencji**, zmniejszając zmęczenie decyzyjne podczas zakupów online.

**Sztuczna inteligencja i uczenie maszynowe** mogą pomóc sklepom internetowym w dostosowywaniu rekomendacji produktów do **indywidualnych preferencji**, zmniejszając zmęczenie decyzyjne podczas zakupów online.

*Marki mogą wykorzystywać technologię do optymalizacji zarządzania zapasami i zapewniania dostępności produktów zgodnej z **zapotrzebowaniem klientów**.*

# Podsumowanie

Działania **e-mail marketing** pomagają sklepowi nie tylko zwiększyć sprzedaż, ale także zbudować silniejsze relacje z klientami, co przekłada się na większą lojalność i powtarzalność zakupów. Potrzebna jest strategia która składa się z budowania i segmentowaniu bazy, a następnie personalizowaniu treści.

# Dziękuję za uwagę!



**Karolina Szczecina**

**Partnership Manager**



**[k.szczecina@edrone.me](mailto:k.szczecina@edrone.me)**



**[www.linkedin.com/in/karolina-szczecina](https://www.linkedin.com/in/karolina-szczecina)**



**+48 572 921 017**



