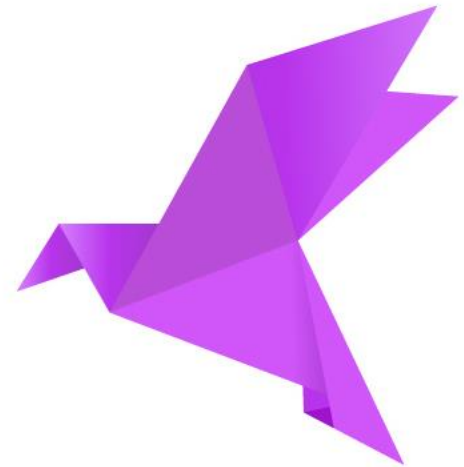
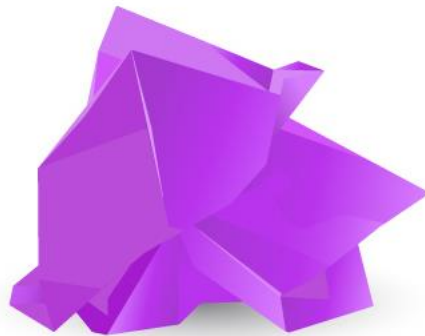
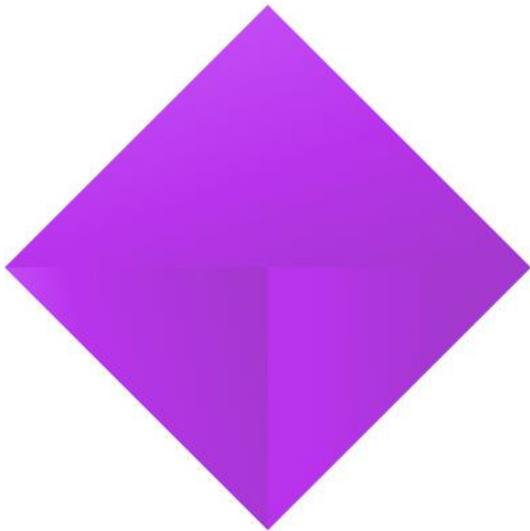


# Jak probudit mrtvé duše e-mailingu?





**Lucie Zadák Pěnkavová**

lucie.zadak.penkavova@clevermonitor.com



**Jaroslav Šícha**

sicha@elephant-orchestra.com

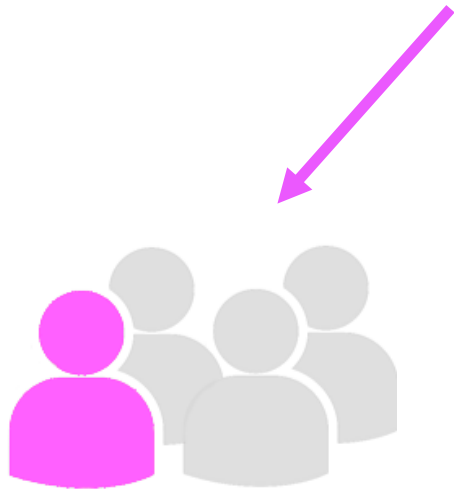


# Jak to u nás fungovalo?



# Analýza situace

Uživatelé s minimální aktivitou



25 % odběratelů



75 % odběratelů

# Plán spolupráce



# Technická příprava

## Cíl:

- Zvýšit doručitelnost e-mailů
- Zvýšit aktivitu odběratelů
- Zvýšit důvěryhodnost odesílatele
- Zlepšit exekutivu e-mailingu

## Řešení:

- SPF, DKIM, MX záznamy
- Odesílací adresa
- 1. fáze čištění databáze od nevalidních e-mailů
- Plán rozesílky
- Příprava kreativ



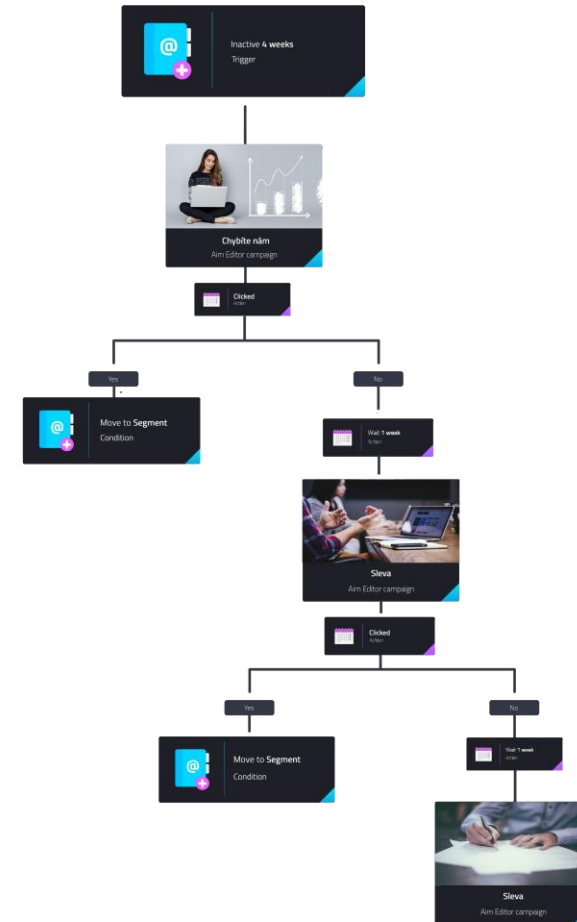
# Marketingová strategie

## Cíl:

- Reaktivovat neaktivní odběratele
- Protřídit databázi od nevalidních odběratelů
- Získat zpětnou vazbu

## Rozhodovací strom k reaktivaci odběratelů:

- E-mail – Emoce
- E-mail – Sleva
- E-mail – Soutěž spojená s dotazníkem
- Dotazník pro zpětnou vazbu
- 2. fáze protřídění databáze od neaktivních odběratelů



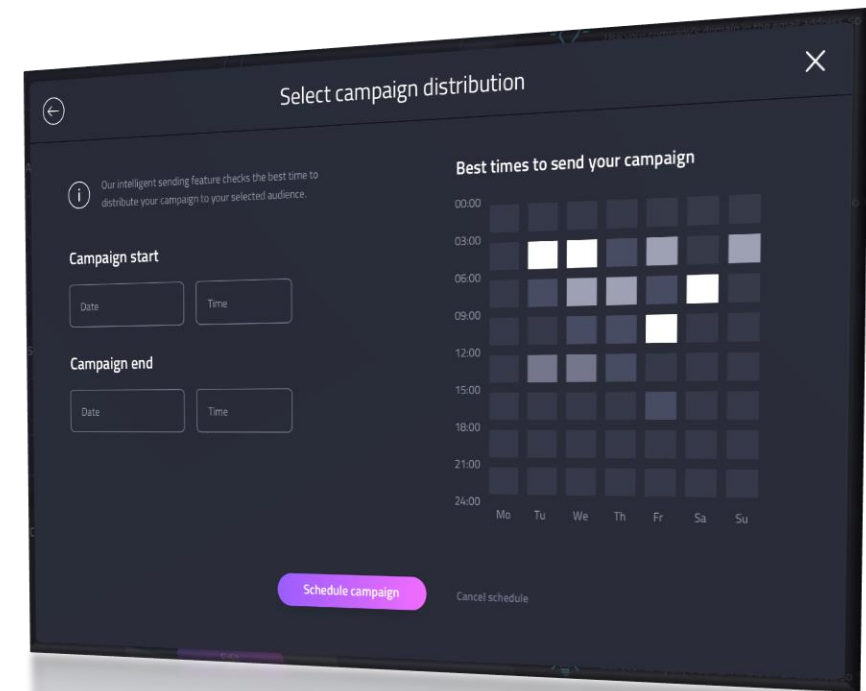
# Rozesílka sdělení

## Cíl:

- Zjistit nejvhodnější čas pro doručení kampaně
- Zajistit dostatečný vzorek pro „chytrou rozesílkou“
- 3. fáze čištění databáze od Hard Bounce

## Řešení:

- Standardní rozesílka
- Chytrá rozesílka
- Označit subscribery s Hard Bounce a zneaktivnit je





## Výsledky testování

**77 %**  
vyšší CTR



**40 %**  
vyšší příjmy

**53 % odběratelů**  
bylo aktivováno

# Doporučení k reaktivaci

- Pravidelně pročišťujte databázi
- Nebojte se vzdát nereagujících odběratelů
- Využívejte dostupná data a propojte je s e-mailovým nástrojem (např. CRM)
- Sbírejte zpětnou vazbu od odhlašujících odběratelů
- Kvalita databáze přímo ovlivňuje výkonnost e-mailových kampaní



**Lucie Zadák Pěnkavová**

lucie.zadak.penkavova@clevermonitor.com



**Jaroslav Šícha**

sicha@elephant-orchestra.com

