

Email marketing je jeden z nejlépejších a zároveň nejvíce podceňovaných kanálů. Dokáže budovat vztahy, zvyšovat důvěru i prodávat - ale pouze tehdy, když má jasnou strategii a strukturu.

Alfréd vám pomůže:

- navrhnout **kompletní emailovou strategii** pro váš projekt nebo značku,
- vytvořit **automatizované sekvence** (uvítací, prodejní, edukativní i retenční),
- napsat **texty emailů**, které mají duši i výsledky,
- **segmentovat databázi** podle chování a zájmů,
- a nastavit **měření výkonu** - open rate, CTR, konverze, reakce.

S Alfrédem získáte partnera, který vám pomůže proměnit vaši e-mailovou databázi ve skutečné aktivum, ne jen seznam kontaktů.

JAK ZAČÍT ROZHOVOR S ALFRÉDEM

Než začnete tvořit, dejte si prostor ujasnit, co je vaším cílem — vztah, edukace, nebo prodej.

1. Vyčistěte stůl

„Chceme zlepšit naše emailové kampaně, ale nevíme, kde začít. Pomůžeš nám v tom udělat pořádek?“

2. Sdílejte kontext

Popište svou databázi, současný systém odesílání a typ obsahu, který posíláte.

„Máme zhruba 1 500 kontaktů z webu a kurzů. Posíláme newsletter, ale zatím bez jasného systému.“

3. Otevřete téma strategie

„Jak bychom mohli vytvořit automatizaci, která přivítá nové odběratele?“

„Jak zjistíme, proč naše emaily mají nízkou míru otevření?“

POSTUP, JAK TÉMA PROZKOUMAT

1 ZMAPUJTE STAV VAŠEHO E-MAILINGU

Začněte tím, že se společně s Alfrédem podíváte na aktuální situaci - databázi, frekvenci rozesílky, výsledky a technické zázemí (např. SmartEmailing, MailerLite, ActiveCampaign apod.).

Ukázkové otázky:

- Jaké typy emailů aktuálně posíláme a jaké chybí?
- Kolik lidí reálně čte naše emaily?
- Máme databázi rozdělenou podle zájmů nebo chování?

2 URČETE STRATEGII A CÍL KOMUNIKACE

Alfréd vám pomůže definovat, jakou roli má email hrát - zda informuje, vzdělává, nebo prodává. Společně vytvoříte strategii, která má návaznost na web, sociální sítě i reklamy.

Ukázkové otázky:

- Jaký je hlavní účel našich emailů (vztah, prodej, edukace)?
- Jak by měla vypadat ideální cesta odběratele od přihlášení po nákup?
- Co můžeme zautomatizovat, abychom ušetřili čas a zvýšili efektivitu?

3 VYTVÁŘEJTE SEKVICE A SCÉNÁŘE

Pomocí Alfréda můžete navrhnout kompletní sekvence - od uvítacích emailů po opuštěné košíky. Al vám pomůže formulovat správné pořadí, rytmus i tón komunikace.

Ukázkové otázky:

- Pomoz nám vytvořit 5dílnou uvítací sekvenci pro nové odběratele.
- Jak by měla vypadat emailová sekvence pro prodej online kurzu?
- Jaké prvky by měl mít ideální prodejní email, aby působil přirozeně a důvěryhodně?

4 NAPIŠTE TEXTY, KTERÉ FUNGUJÍ

Email není reklama - je to osobní konverzace. S Alfrédem můžete vytvořit texty, které mají rytmus, příběh i konkrétní výzvu k akci.

Ukázkové otázky:

- Napiš nám 3 varianty emailu, který připomene náš kurz bez tlaku na prodej.
- Pomoz nám přepsat email tak, aby zněl víc osobně.
- Jaký předmět emailu by měl největší šanci na otevření?

5 AUTOMATIZUJTE A MĚŘTE

Alfréd vám pomůže vytvořit přehledný systém, kde každý e-mail má svůj účel a každý odběratel prochází logickou cestou. Současně vám ukáže, jak sledovat výkon a jaké metriky mají smysl.

Ukázkové otázky:

- Jak nastavit automatické emaily pro nové odběratele?
- Jak vytvořit přehledný dashboard výkonu kampaní?
- Co znamenají metriky jako open rate, CTR, conversion rate - a jak s nimi pracovat?



CO MŮŽETE ZKUSIT DÁL

- Požádejte Alfréda o vytvoření **mapy emailové automatizace** - přehled všech sekvencí, vstupů a výstupů.
- Nechte si vygenerovat **vzorovou prodejní emailovou sekvenci** pro váš produkt.
- Zeptejte se:

„Jak můžeme naše e-maily propojit s reklamami nebo obsahem na sociálních sítích?“

- Nebo:

„Jak poznáme, že naše e-mailová komunikace skutečně posiluje vztah se zákazníky?“



SMYSL TOHOTO POSTUPU

Tento guideline vám pomůže pochopit, že email není kanál - je to vztah.

S Alfrédem se naučíte:

- tvořit emaily, které lidé **rádi čtou i otvírají**,
- automatizovat komunikaci, aniž by ztratila lidskost,
- přemýšlet o emailingu jako o **dlouhodobé strategii**, ne jednorázové akci.

👉 Každý rozhovor o emailingu by měl skončit **novou dávkou inspirace, systému a konkrétních kroků**.



BONUS: MINIPROMPTY NA ZKOUŠKU

- *„Pomoz nám vytvořit sekvenci emailů, která vybuduje důvěru před prodejem.“*
- *„Jaký předmět emailu by mohl zvýšit open rate o 20 %?“*
- *„Jak můžeme zautomatizovat email, který reaguje na chování uživatele?“*
- *„Pomoz nám vytvořit email, který prodává, aniž by působil jako prodejní.“*