

Maximalizujte tržby vašeho e-shopu pomocí chytré komunikace

Nainstalujte si doplněk Leadhub.

1 Nastavení účtu v 5 minutách

Projděte jednoduchým prvotním nastavením účtu
a vyberte si z předpřipravených kampaní.

- ✓ Vyplňte kontaktní údaje, jméno a e-mail odesílatele.
 - 💡 Odesílatele můžete později [změnit a přidávat](#) v nastavení vašeho účtu.
- ✓ Zvolte vzhled šablon, který můžete později editovat přímo v kampaních.
- ✓ Vyberte si z předpřipravených šablon [nejpopulárnějších kampaní](#), které se automaticky vygenerují do vašeho účtu (jsou reálně připravené ke spuštění, lze je však plně editovat).
- ✓ Dle pokynů v Leadhubu [nastavte DNS záznamy](#) přidáním dvou CNAME záznamů přímo u poskytovatele vaší domény.
- ✓ Propojte účet v Leadhubu s [reklamním účtem ve Facebooku](#) (můžete udělat později v nastavení účtu).
- ✓ [Nainportujte odběratelskou databázi kontaktů](#) (tento krok můžete také udělat později v nastavení vašeho účtu v Leadhubu) - [včetně odhlášených kontaktů](#).
 - 💡 Pro rozdělení kontaktů použijte [štítky neboli tagy](#).
 - 📁 Nezapomínejte, že [kvalitní odběratelská databáze](#) je králem celé vaší e-mailingové strategie.
- ✓ Přidejte fakturační údaje, kreditní kartu a zahajte 21 denní zkušební verzi zdarma.
 - 💡 [Jak postupovat po dokončení nastavení účtu](#).

Ovládněte jednoduchý drag&drop editor

Je to jednoduché - pouze uchopte vybraný objekt, táhněte a upusťte do těla e-mailu.

Usnadníme vám práci. Mrkněte na tyto nápovědy a tutoriály.

- 💡 [Jak pracovat s editorem drag&drop.](#)
 - 💡 [Jak vložit do e-mailu a předmětu kampaně oslovení a personalizovaný text.](#)
 - 💡 [Jak vložit produkt do e-mailu.](#)
 - 💡 [Jak vložit do kampaně doporučené produkty.](#)
 - 💡 [Jak pracovat s objektem "Ikony".](#)
 - 💡 [Práce se sloupci a jejich zalamování.](#)
 - 💡 [Jak vložit obsah košíku.](#)
 - 💡 [Jak vložit produkty z poslední objednávky.](#)
 - 💡 [Jak pracovat s e-mailovými šablonami.](#)
-
- ▶ [Jak funguje drag&drop editor.](#)
 - ▶ [Jak pracovat se sloupci.](#)
 - ▶ [Jak do e-mailu vložit odpočet.](#)
 - ▶ [Jak vložit oslovení do předmětu kampaně.](#)
 - ▶ [Jak personalizovat text e-mailu.](#)

Přípravte svůj první newsletter

Newsletter - bezpochyby nejběžnější a efektivní prodejní i komunikační kanál.

- ✓ Komu newsletter chcete poslat? Celé databázi nebo pouze vybranému segmentu příjemců na základě jejich chování (nakoupili před více než 14 dny, poslední aktivita je před méně než 12 měsíci,...)?
 - ✓ Co bude hlavní zprávou newsletteru? Je hlavní sdělení umístěno v horní části e-mailu?
 - ✓ Je e-mail dobře čitelný a skenovatelný pouhým pohledem?
 - ✓ Které produkty do e-mailu zvolíte?
 - ✓ Kdy se kampaň rozešle?
 - ✓ Zvolili jste vhodný předmět kampaně? Je chytlavý, vzbuzuje pozornost? Dáváte příjemcům důvod e-mail otevřít?
 - ✓ Použili jste personalizaci? Oslovení v předmětu a personalizovaný text v těle e-mailu?
 - ✓ Obsahuje e-mail preheader neboli náhledový text?
 - ✓ Obsahuje e-mail tlačítko CTA "výzva k akci"?
 - ✓ Obsahuje patička kontaktní údaje? Odkazy na sociální sítě?
 - ✓ Je poměr obrázků v e-mailu menší než poměr textu?
- 📖 [Proč rozesílat newslettery a jak sestavit strategický plán >>](#)
- 📖 O tom, jak má newsletter vypadat, se dozvíte [zde](#).
- 📖 [6 bodů, na které nesmíte zapomenout při vytváření úspěšné e-mailové kampaně >>](#)

Spuštění kampaní ve 20 minutách

Předpřipravené kampaně vám ulehčí práci.

Na úvodní stránce (záložka Přehled) najdete předpřipravené automatické kampaně a newslettery, které jste si vybrali v prvotním nastavení a které jsou plně editovatelné.

Než kampaně spustíte:

- ✓ [Zamyslete se a vyhodnoťte, které automatické kampaně chcete spustit.](#)
- ✓ Pokud bude kampaň obsahovat [slevový kód](#), je třeba jej vygenerovat v administraci vašeho e-shopu přímo v Shoptetu.
- ✓ Do patičky přidejte správné odkazy na vaše sociální sítě.
- ✓ Upravte [vzhled](#) jednotlivých kampaní a [produktových šablon](#).
- ✓ Nezapomeňte na textaci a [oslovení](#) v e-mailech.
- 💡 Více najdete také [v této nápovědě](#).
- ✓ Spusťte přednastavené automatizace nebo jejich nastavení změňte tak, jak potřebujete.
- 📖 Na co nezapomenout? Dozvíte se v [blogovém článku](#).
- 💡 Pokud si nastavením nejste jistí, spusťte ji v [testovacím režimu](#) a přesvědčte se, že vše funguje správně.

Kterou automatickou kampaň vybrat?

Opuštěný košík

[Téměř 70 % zákazníků objednávku nedokončí.](#)

Připomeňte se jim a přimějte je k dokončení objednávky.

Zamyslete se:

- ✓ Jak dlouho může v průměru trvat rozhodovací proces vašich zákazníků?
- ✓ Po kolika hodinách chcete odeslat e-mail po zanechání produktů v košíku?
- ✓ Zvolíte pouze jeden e-mail nebo vícefázový Opuštěný košík? (např. po 2 hod., po 24 hod.)
- ✓ Bude kampaň obsahovat slevový kód?
- 💡 [Jak nastavit automatizaci opuštěný košík? >>](#)

Sleva na první nákup

Získejte nové kontakty do odběratelské databáze a [zvyšte konverzní poměr e-shopu slevou na jejich první nákup.](#)

- ✔ Jak velkou slevu budete poskytovat? Jaké jsou podmínky uplatnění slevy (minimální hodnota nákupu, platnost slevového kódu)?
- ✔ Budete používat univerzální (pro všechny příjemce stejný) nebo unikátní slevový kód?
- ✔ Vždy je nutné aktivovat jak popup okno, tak automatickou kampaň, která doručí zájemci slevový kód.
- 💡 [Jak pracovat se slevovými kódy >>](#)
- 💡 Jak spustit kampaň [Sleva na první nákup >>](#)

Uvítání

Přivítejte nové odběratele, představte se jim a shrňte, co přihlášením získali nebo co je čeká a nemine.

Uvítání může být složeno pouze z jednoho e-mailů nebo série více e-mailů.

Automatický e-mail bude odeslán každému, kdo se přihlásí k odběru novinek. Další navazující e-maily podle zadaných segmentačních pravidel.

- ✔ Co bude obsahovat uvítací e-mail?
- ✔ Bude se skládat pouze z jednoho nebo více e-mailů?
- ✔ Kdy se pošle? Ihned po přihlášení nebo až po nějaké době? Po kolika dnech se budou odesílat e-maily z uvítací série?
- 💡 [Jak nastavit uvítací sérii >>](#)

Retenční kampaně

[Zvyšte procento vracejících se zákazníků. Vyplatí se to!](#)

- ✔ Kolik procent zákazníků udělá pouze jednu objednávku?
- ✔ Kolik lidí u vás delší dobu nenakoupilo (nenakoupili více jak 3/6/9/12 měsíců)?
- ✔ Kolik zájemců o odběr novinek nikdy nenakoupilo?
- 💡 [Jak nastavit retenční kampaně >>](#)



**A pak už jen stačí stisknout zelené tlačítko
a sledovat výsledky.**

