

Video tutoriál "Bloguj, má to smysl" #14: E-mailing pro začátečníky

Co se dozvíš v tomto videu:

- Co všechno se skrývá za slovem e-mailing
- Jaké existují nástroje pro automatizaci rozesílání e-mailů
- Který z nástrojů využívám já a proč
- Praktickou ukázkou, jak si nastavit vše, abys mohl rozesílat magnety
- Co je to segmentace kontaktů
- Co se skrývá za double opt-in e-mailem

Úvod do e-mailingu

V minulém díle jsme si povídali o magnetech. Tentokrát nebudu vysvětlovat, proč je e-mailing (sběr e-mailů na blogu), tak důležitý. Dneska bude video praktické, kde ti chci ukázat, **jak si vytvořit list kontaktů, napsat šablonu e-mailu**, ukázat tzv. **double opt-in e-mail** (ten potřebuješ kvůli GDPR) a co je to vůbec tzv. **automatizace na blogu**.

Sama jsem začala sbírat e-maily od samého počátku blogování na Nomádké stezce. Vyzkoušela jsem si řadu nástrojů na e-mailing, protože jsem chtěla mít svůj proces automatizovaný. Co to znamená? Představ si, že někdo požádá o magnet zdarma, nebo provede objednávku a já zatím spím/cestuju/jsem nemocná. Přesto bych ráda, **aby se magnet zaslal, objednávka vyřídila i bez mého přičinění**. To jde s chytrými nástroji, které nastavíš a vše běží na pozadí bez tebe.

Jaké existují e-mailing nástroje?

Na trhu existuje celá řada e-mailingových nástrojů. Já osobně mám zkušenost se 3 nástroji - českým **Smart Emailingem**, francouzským **SendinBlue** a **MailChimpem**. Dále jsi možná slyšel i EcoMailu, MailerLite, ConvertKitu a dalších. Pokud ne, nevadí. Jejich služby bývají obdobné a principy práce s nimi jsou stejné. Liší se samozřejmě cenou.

Ano, **e-mailingové nástroje jsou zpoplatněné**. Je to vcelku logické, neboť platíš za nějakou službu. Tvé e-mailové kontakty v databázi musí být někde fyzicky uloženy (nějaký server nebo cloud). Rozesílat velké objemy e-mailů (někdy i SMS) taky něco stojí.

Jednotlivé nástroje o kterých ve videu mluvím, mají různé ceníky. V základě se dělí na 2 skupiny:

- u jedné platíš za počet kontaktů v databázi
- ve druhé skupině platíš za množství odeslaných e-mailů (denně, měsíčně).

Některé z těchto nástrojů jsou zbytečně předražené pro začínající blogery. Začínala jsem se Smart Emailingem, který je uživatelsky přívětivý, má dobré služby a intuitivní prostředí. Bohužel je poměrně drahý. **Platíš už od 500 kontaktů** v databázi, což je poměrně nízký limit pro blogera. Nepokrylo by to pravděpodobně ani tvůj začínající příjem z blogu (z 500 kontaktů moc tržeb neuděláš).

Přešla jsem proto k nástroji SendinBlue, kde se **platí od počtu rozeslaných e-mailů**. Do 600 emailů denně neplatíš nic a to je můj případ. Pokud chci poslat více e-mailů, rozložím si várku do dvou dnů po sobě. Všechno je v angličtině, ale mají návody. Nemusíš se bát.

Díky své práci v online světě jsem zevnitř poznala ještě nástroj MailChimps. Příliš mě nezaujal, protože má omezenější nabídku služeb i segmentace kontaktů oproti ostatním e-mailingovým nástrojům. Nicméně do 2000 kontaktů v databázi je zdarma.

Proto praktická ukázka v tomto videu je v nástroji SendinBlue, který používám aktuálně a jsem s ním spokojená. Tobě doporučuji začít sbírat e-maily a dobře si rozmyslet, v jakém nástroji to bude. Špatná volba na začátku ti buď vezme peníze, nebo čas, až to budeš celé předělávat. To se stalo i mně. Měnila jsem nástroje na blogu a sepsala o tom článek, který naleznesh dole ve výukových materiálech. Nicméně nevnucuji ti SendinBlue, volbu nechám na tobě. Většina e-mailing nástrojů má support i blogy či videa s postupy, aby sis to dokázal nastavit sám.

O čem byla řeč v praktické části videa

Ukázali jsme si 5 fází, co potřebuješ, aby se úspěšně odeslal tvůj magnet (eBook, video, členská sekce či něco dalšího).

1. krok: **Musíš si vytvořit seznam** (list), kam propadá e-mail po zadání od čtenáře. Těchto seznamů doporučuji více, tzv. **segmentace**. Já například mám lidi, co se zajímají o cestování, digi nomádství či copywriting. Chci pak posílat správně cílené e-maily, aby měly vysokou otevřenost. Proto článek o copywritingu nebudu posílat cestovatelům a naopak.
2. krok: **Příprava šablony pro double opt-in e-mail** (ukázkovou šablonu najdeš v bonusu k tomuto videu). Je to šablona, ne aktivní e-mail, proto se hned po uložení nerozesílá a to chceš. Odeslání nastavíš až ve formuláři. Součástí e-mailu je tlačítko se speciálním odkazem a teprve jeho stiskem čtenář potvrzuje, že má zájem o tvé další e-maily. Tento e-mail musíš mít na základě nových pravidel GDPR. U tvorbě e-mailů se nemusíš bát, že nejsi grafik. Většina e-mailing nástrojů má přednastavené šablony a ty jen interaktivně tvoříš e-mail. Nic složitého.
3. krok: **Příprava šablony e-mailu s odkazem na magnet** - připravíš podobně jako double opt-in e-mail. Můžeš opět použít přednastavené šablony. Důležité je znát adresu, kde máš magnet uložený (wordpress, dropbox, někde na internetu) - potřebuješ tedy URL adresu magnetu. Tu pak vložíš do e-mailu jako klasický odkaz. Pokud tvůj magnet má menší velikost (obvykle pod 5 MB), můžeš magnet přiložit jako přílohu k e-mailu.
4. krok: **Tvorba formuláře na stažení magnetu** - ten se také vytváří v e-mailing nástroji. Obvykle u něj musíš nastavit: vzhled, chybové hlášky (kdyby se magnet nepodařilo stáhnout, neplatný formát e-mailu), URL děkovací stránky po stažení magnetu (tam přesměrováváš čtenáře, když zadají e-mail u tebe ve formuláři), double opt-in potvrzení a samozřejmě seznam (list), do kterého e-mail propadne. Formulářů můžeš mít víc. Mám pro každý list jiný formulář, aby mě správně propadávaly kontakty. Souvisí to s již zmiňovanou segmentací kontaktů.
5. krok: **Poslání e-mailu s magnetem** (alias propojení všech předchozích kroků dohromady) - toto se dělá tzv. **automatizovanou kampaní**. V případě SendinBlue vytvářím tzv. Workflow (v menu hledej sekci Automation). Tady vytváříš jakýsi graf, co se bude s uloženými šablonami e-mailů dít. V grafu zadáš, s jakým seznamem kontaktů se má pracovat, za jak dlouho (časová prodleva - tady 0 sekund - chceš e-mail odeslat hned po zadání kontaktu do formuláře) a co se má stát (v našem případě odeslat e-mail ze 3. kroku).

Výše zmíněné věci **byly jen úvodem do e-mailingu**. Pokročilé rozesílání e-mailů zahrnuje: lepší segmentaci, automatizované kampaně, trigger, vyhodnocování statistik, filtraci různě aktivních kontaktů a další. O tom si povíme v nějakém z dalších videí.

Další materiály k prostudování

- ▶ eBook Jak se z nezaměstnané matematicky stala cestovatelka s propiskou v ruce - <https://nanomadskestezce.cz/ebook-zdarma-z-matematicky-copywriterkou/>
- ▶ eBook Jak se stát blogerem z povolání - <https://nanomadskestezce.cz/ebook-jak-se-stat-blogerem-z-povolani/>
- ▶ Článek o tom, jak si vybrat správný nástroj pro automatizaci na blogu - <https://nanomadskestezce.cz/vyber-software-pro-automatizaci-prodeje-je-klicovy/>
- ▶ E-mailingový nástroj SendinBlue - <https://www.sendinblue.com/>
- ▶ Další e-mailingové nástroje: [Smart Emailing](#), [ConvertKit](#), [MailChimp](#), [EcoMail](#), [MailerLite](#)

Co si odnést z dnešního dílu

- **Sbírej e-maily** od začátku tvého blogování.
- Dej si na čas s výběrem vhodného e-mailing nástroje, ať to nepředěláváš.
- Segmentuj - tj. rozděl si magnety/odběry newslettery do více cílovek (více formulářů a seznamů v e-mailing nástroji). Budeš pak lépe cílit své e-mailu, budou více čtené a otevírané.