



17 pomysłów na świąteczne kampanie email marketingowe.

Wstęp

Święta Bożego Narodzenia i Nowy Rok to dla wielu przedsiębiorców, marketerów i sprzedawców szczególny okres, do którego bardzo często przygotowują się już kilka miesięcy wcześniej. Trudno się temu dziwić. Z ubiegłorocznych danych wynika, że walka toczy się o blisko 20 mld zł – tyle planowali wydać Polacy w 2011 roku na przygotowanie świąt i świąteczne zakupy. A statystyczna polska rodzina wydała na ten cel niemal 2 tys. zł. Do tego dochodzi okres tzw. poświątecznych promocji rozpoczynający się od razu po zakończeniu świąt i trwający zazwyczaj do sylwestrowej nocy.

Kampanie marketingowe i sprzedażowe firm z wielu branż zostaną zaplanowane tak, aby wywalczyć dla siebie możliwie największy kawałek tego świątecznego tortu zakupowego. W ruch pójdą działania ATL, które w szybkim tempie zdominują otaczającą przestrzeń. Nie zabraknie również bardziej wyszukanych działań reklamowych – skierowanych bezpośrednio do konkretnego klienta, w tym form ambient marketingu, który jest charakterystyczny dla różnego rodzaju świąt.

Do grona narzędzi, które co roku wiodą prym wśród świątecznych kampanii marketingowo-sprzedażowych chcemy dołożyć jeszcze jedną cegiełkę – email marketing.

Aby przekonać Cię do wykorzystania tego narzędzia marketingowego w promocji świątecznej, przygotowaliśmy specjalny poradnik, z którego dowiesz się jak skutecznie zastosować różne elementy email marketingu w najbliższych kampaniach świątecznych.

Oprócz wiedzy teoretycznej, postanowiliśmy dodać do poradnika jeszcze dwa elementy, które możesz od razu wykorzystać w swoich świątecznych mailingach. Wiemy co jest największą świąteczną bolączką każdego email marketera – oryginalne życzenia i niepowtarzalne grafiki. Na szczęście w tym roku te dwa problemy masz już z głowy! Na końcu poradnika znajdziesz gotowe życzenia świąteczne dla 12 różnych branż oraz kilkanaście różnych świątecznych grafik. Wszystkie możesz swobodnie wykorzystywać w swoich świątecznych mailingach i nie tylko.

Całość tworzy solidną dawkę wiedzy, inspiracji, dobrych praktyk i kreatywnych pomysłów, które z powodzeniem można zastosować w niemal każdej branży.

Życzymy owocnej lektury i efektywnej kampanii świątecznej!

1. Zaczynij od planu

“Każdy zna metody, dzięki którym zwyciężam, ale nikt nie widzi strategii, z której rodzą się te zwycięstwa” – te niezwykle mądre zdanie zawarł Sun Tzu w “Sztuce Wojny”. Można je uznać za kwintesencję nie tylko wszelkich działań marketingowych, ale również biznesowych.

Interpretacja tych słów często będzie zależeć od kontekstu, najczęściej jednak można z nich wywnioskować, że skupianie się na konkretnych narzędziach bez założenia określonych celów działań, benchmarków czy zdefiniowania grup docelowych kończy się często na strzelaniu kulą w płot.

Właśnie dlatego planując świąteczną kampanię email marketingową warto zacząć od wyznaczenia celu planowanych działań.

Czy ma to być wzrost sprzedaży o 20-30% w porównaniu z poprzednim miesiącem? A może sprzedaż większa o 10% w porównaniu z ubiegłoroczną kampanią świąteczną? Większa rozpoznawalność marki lub nadanie jej nowych wartości? Rozbudowanie listy odbiorców o 20% czy poszerzenia grona fanów marki? Na to pytanie każdy marketer i przedsiębiorca musi sobie odpowiedzieć sam.

Kolejnym krokiem będzie opracowanie strategii. Pomocne mogą być poniższe wskazówki:

- ❁ Analiza obecnej sytuacji (audyt email marketingowy)
- ❁ Rozpoznanie działań konkurencji, określenie ich słabych oraz mocnych stron, analiza kampanii świątecznych z ubiegłego roku
- ❁ Identyfikacja ilościowych oraz jakościowych celów kampanii
- ❁ Sprecyzowanie grupy docelowej, która otrzyma mailingi
- ❁ Wybór konkretnych wiadomości, które włączone zostaną do programu (newslettery, wiadomości follow-up, emaile transakcyjne, notyfikacje, etc.)
- ❁ Określenie budżetu oraz zakładanego zwrotu z inwestycji

Pamiętaj przy tym, że “najlepszą strategią biznesową jest zadowolony klient”.

2. Zaplanuj kalendarz

Kolejnym etapem jest zaplanowanie kalendarza działań. O ile w przypadku długoterminowej strategii email marketingowej kalendarz wysyłek może być bardziej ogólny, to w przypadku świątecznej kampanii musi on być doprecyzowany do ostatniego dnia promocji. Czasami wyłamanie się z opracowanego kalendarza i przesunięcie wysyłki newslettera na inny dzień niż był zakładany może nadszarpnąć całą strategię świątecznej kampanii.

Kalendarz powinien być zatem dobrze przemyślany niczym warianty w partii szachów. Jest to bowiem jeden z czynników decydujących o powodzeniu świątecznej kampanii.

Planując kalendarz warto wziąć pod uwagę newralgiczne dni – oraz dni je poprzedzające – jak 6 grudnia (Mikołajki), 24-26 grudnia (Święta), 27-30 grudnia (wyprzedaż poświąteczna), 31 grudnia (Sylwester), a także nowe dni, które powinny zostać zaznaczone w kalendarzach sprzedawców i marketerów na czerwono, np. Dzień Darmowej Dostawy (3 grudnia).

Aby pomóc w przygotowaniu możliwie najlepszego kalendarza kampanii, przeanalizowaliśmy wiadomości świąteczne wysłane w grudniu 2011 przez klientów GetResponse. Na ich podstawie ustaliliśmy dni, w których wysłano najwięcej wiadomości i odniosły one wysokie wskaźniki efektywności (otwarcia i kliknięcia):

December 2012

◀ Today ▶

Mon 26	Tue 27	Today Wed, November 28	Thu 29	Fri 30	Sat 1	Sun 2
					wysyłka	
3	4	5	wysyłka	6	wysyłka	7
					wysyłka	8
10	11	wysyłka	12	13	wysyłka	14
					wysyłka	15
17	18		19	wysyłka	20	wysyłka
					wysyłka	21
24	25		26	27	28	29
						30
31	1	2	3	4	5	6

Możesz pójść tym samym tropem i wyciągnąć wnioski z kampanii świątecznych przeprowadzanych w poprzednich latach. Być może niektóre dni przyniosły Ci nieoczekiwanie wysoką sprzedaż? Warto zatem uwzględnić je w tegorocznym kalendarzu działań.

Przy planowaniu kalendarza warto pamiętać o klientach, którzy nie są jednorodną grupą, ale dzieli je zdecydowanie jeden czynnik – termin robienia zakupów. Można w ten sposób wyróżnić co najmniej trzy typy klientów:

Nadgorliwi

Są to klienci, którzy wiedzą konkretnie co chcą kupić i jaką sumę pieniędzy chcą na to wydać. Zależy im na tym, aby kupić prezenty jak najwcześniej, aby uniknąć tzw. “świątecznej gorączki zakupów”. Chcą mieć pewność, że na pewno dostaną to czego szukają, nawet kosztem wyższej ceny. Zazwyczaj nie interesują ich wyprzedaże, które odbywają się tuż przed samymi świętami.

Tego typu klientom warto wysłać wiadomość ze świąteczną ofertą dużo wcześniej. W grę może wchodzić nawet początek listopada – a już na pewno jego koniec.

Niektórzy amerykańscy specjaliści radzą, aby kontaktować się z tymi klientami nawet w październiku, ale – naszym zdaniem – polscy klienci nie są jeszcze aż tak nadgorliwymi konsumentami i może ich to tylko zirytować oraz zniechęcić do zakupów w późniejszym terminie.

Tworząc treść wiadomości dla “nadgorliwych” klientów warto kłaść nacisk na wyjątkowe przedświąteczne okazje, zniżki na zakupy przed 1 grudnia lub dodatkowe benefity dla osób, które zrobią zakupy właśnie teraz.

Płynący z falą

Jest to typ klienta, który robi zakupy świąteczne w dwa ostatnie weekendy poprzedzające święta. Chętnie korzysta z rabatów i promocji świątecznych. Interesują go również wszystkie specjalne okazje, jak np. Dzień Darmowej Dostawy. Jeżeli będzie trzeba to weźmie udział w “świątecznej gonitwie zakupowej”, aby tylko skorzystać i kupić coś taniej. Ten klient często nie jest pewny co kupić swoim bliskim. Jest podatny na komunikaty marketingowe, które go zainspirują lub podsuną ciekawy pomysł na prezent.

Na tym typie klienta powinno marketerom i sprzedawcom zależeć najbardziej. Warto wysyłać im mailingi w okresie 1-20 grudnia.

Treść skierowanych do nich wiadomości powinna skupiać się na zaletach danych produktów oraz podpowiedziach, który członek rodziny najbardziej się z nich ucieszy. Ważne będą również rabaty, np. “kup 2, a 3 dostaniesz gratis” lub “promocja trwa wyłącznie 20 grudnia”.

Last minute

Ten typ klienta z braku czasu, roztargnienia lub przemyślanej strategii opierającej się na najwyższych rabatach załatwia świąteczne zakupy dosłownie w ostatniej chwili – czasami nawet w samą Wigilię.

Klient “last minute” – podobnie jak “płynący z falą” – nie wie za bardzo co kupić. Prawdopodobnie będzie kierował się ceną i rabatami, ale nie w każdym przypadku.

W wiadomościach wysyłanych do niego warto zwrócić uwagę na licznik odliczający dni do świąt oraz zniżki czekające na tych kupujących w ostatniej chwili.

Pamiętaj, że kampania świąteczna nie kończy się wraz z zamknięciem sklepów w wigilijny wieczór – jest wręcz przeciwnie. Tuż po świętach (27 grudnia) rozpoczyna się równie gorący okres poświątecznych wyprzedaży i do akcji wkraczają tzw. łowcy okazji. Nie zapomnij o mailingach skierowanych również do nich. O wyprzedaży można im przypomnieć wysyłając newsletter 26 grudnia rano.

3. Narzędzia dodatkowe

Według Direct Marketing Association emaile mogą generować zwrot z inwestycji na poziomie 4006%. Oznacza to, że za każdą złotówkę wydaną na email marketing można zarobić ponad 40 PLN. Warto jednak pamiętać, aby traktować email marketing jak jedno z ogniw całej świątecznej kampanii marketingowej, w której pozostałymi elementami są m.in. działania public relations, social media oraz inne narzędzie marketingowe. Co więcej, każde z działań podejmowane w ramach kampanii powinno uzupełniać się nawzajem - pozwoli to osiągnąć niezbędną spójność kampanii.

Ponadto, dobrze jest rozłożyć wszystkie działania na osi czasu. Wdrożenie ich w odpowiednim czasie pozwoli osiągnąć lepsze efekty świątecznej kampanii.

Dodatkowo, warto pamiętać o aplikacjach i programach, które pozwolą sprawniej zarządzać poszczególnymi, nawet tymi najmniejszymi, elementami kampanii, jak automatyczne wysyłanie tweetów w serwisie społecznościowym Twitter lub automatyczna wysyłka newslettera.

4. 1 newsletter = 1 jeden produkt – zasada ograniczonego wyboru

Z badania przeprowadzonego przez profesora Uniwersytetu Michigan – Dona Conlona wynika, że jeśli klient otrzyma gotowe propozycje handlowe to istnieje większe prawdopodobieństwo, że szybciej dokona zakupu, niż jakby miał je samodzielnie wyszukiwać.

Mimo, że badanie zostało przeprowadzone na rynku amerykańskim, to profesor Conlon skomentował je słowami, które można z powodzeniem odnieść również do rodzimego rynku – (...) "ludzie są bardziej szczęśliwsi kiedy zostają umieszczeni w roli osoby otrzymującej ofertę". Dlatego w newsletterze świątecznym lepiej skupić się na jednym produkcie niż umieszczać w nim cały świąteczny katalog produktów.

Wystarczy podejść do newslettera jak do menu w restauracji. Magda Gessler zawsze powtarza, że menu powinno być nie tylko przejrzyste, ale również krótkie – oferować mało dań, co znacznie ułatwi wybór klientowi. Tym razem teoria słynnej restauratorki sprawdzi się również w email marketingu. Tworząc świąteczny newsletter staraj się oferować jeden produkt lub zastosuj zasadę – produkt główny i kilka dodatkowych, którym poświęcone zostanie znacznie mniej miejsca.

Na podstawie kliknięć w dany produkt możesz posegmentować listą odbiorców i kolejna wiadomość będzie zawierała już produkt główny z tej kategorii, w którą kliknął odbiorca.

5. Regularna komunikacja

Nie można zapominać, że email marketing opiera się na budowaniu relacji, dlatego istnieje duże prawdopodobieństwo, że jeden newsletter wysłany tuż przed świętami raczej nie odniesie zamierzonego efektu. Warto w takim razie prowadzić systematyczne działania email marketingowe przez cały rok, a w okresie świątecznym tylko je intensyfikować. Jeżeli natomiast kampania świąteczna jest pierwszą, którą prowadzisz to warto położyć nacisk na wysoką częstotliwość wysyłanych wiadomości.

6. Skupiaj się na korzyściach / Pisz o korzyściach

Większość odbiorców chętnych na zakupy świąteczne będzie pozytywnie nastawiona do wszelkich wiadomości, które mogą im pomóc w kupieniu tego najlepszego prezentu świątecznego. Nie oznacza to jednak, że będą specjalnie oczekiwali wiadomości właśnie od Ciebie.

O ich uwagę będą biły się firmy z niemal wszystkich branż. Dlatego to właśnie Twój newsletter musi przebić pozostałe już na etapie odpowiedniego tematu wiadomości. Zatem tworząc treść wiadomości oraz ich tematy postaraj się tworzyć zgodnie z zasadą:

- ❁ co odbiorca może zyskać - 20% zniżki, gratis lub produkty z najnowszej kolekcji
- ❁ czystość przekazu – odbiorca nie ma czasu zastanawiać się o co chodzi i co ma wykonać, uprość wszystko do niezbędnego minimum
- ❁ dlaczego warto skorzystać z oferty – co wyróżnia akurat tę ofertę od pozostałych, na czym polega jej wyjątkowość

- * ograniczony czas trwania – poinformuj kiedy jest koniec oferty, odliczaj do końca lub napisz wprost, że to ostatnie godziny tej specjalnej oferty świątecznej.

Przykładowy temat wiadomości stworzony zgodnie z powyższymi wskazówkami mógłby brzmieć: 20% rabatu na ekskluzywne ozdoby choinkowe. Oferta ważna tylko do 10 grudnia.

Inne przykłady to:

- * Butik świąteczny w promocji 3 za 2! Kolekcja bielizny Rosie dla Autograph!
- * Ostatni moment na prezenty? Z nami zdążysz na pewno!
- * Mega obniżka - błyskotki dla każdej sroczki! Wyprzedaż mikołajkowa!
- * Tylko dziś darmowa dostawa przy dowolnym zakupie!
- * Tylko przez 3 dni -15% na świąteczne produkty

7. Testuj zanim wyślesz...

Największym minusem świątecznej kampanii jest jej krótki czas trwania – jedynie kilka tygodni. Oznacza to, że w przypadku popełnienia błędu lub gafy nie będzie już za bardzo czasu na jego poprawienie, co może się negatywnie odbić na wynikach kampanii.

Warto zatem mieć pewność, że wysyłana wiadomość jest doprecyzowana w 100%. Pomóc w tym może jedna z funkcjonalności oferowanych przez profesjonalne platformy do email marketingu – Test Skuteczności (ang. Split Test). Pozwala ona testować niemal każdy element wiadomości, dzięki czemu można dowiedzieć się co jest najbardziej interesuje odbiorców. Testom można poddać:

- * temat wiadomości
- * pole nadawcy
- * nagłówek newslettera
- * przycisk wzywający do działania (ang. Call to Action) - jego rozmiar, rozmieszczenie, treść, a nawet kolor
- * grafiki layout, kolory, rozmiar i rozmieszczenie
- * treść newslettera.

Praktyka: Stwórz dwa rodzaje wiadomości, które będą różniły się między sobą np. banerem promocyjnym w nagłówku. Jedną wiadomość wyślij do 10% listy odbiorców, a drugą wiadomość do innych 10% listy. Ta wersja newslettera, który uzyska lepsze wyniki powinna zostać wysłana do pozostałych 80%.

Pamiętaj: Jeżeli różnica testowanego elementu pomiędzy jedną, a drugą grupą jest niewielka, to może oznaczać, że odbiorcy nie zwracają na niego dużej uwagi i nie będzie miał on większego wpływu na efektywność.

8. Jeżeli trzeba, obierz nowy kurs

Systematycznie monitoruj wyniki kampanii i jeśli okaże się, że efekty są dalekie od tych zakładanych to nie bój się zmienić strategii – postaraj się być elastyczny i zacznij od:

- ❄ zmiany oferty świątecznej, np. innych bonusów lub zniżek
- ❄ testowania za pomocą testów skuteczności większej ilości elementów wiadomości – sprawdzaj przede wszystkim temat i treść wiadomości
- ❄ przeliczenia całej strategii jeszcze raz – jeżeli większe rabaty i promocje przestają Ci się opłacać to nie bój się i wycofaj się ze świątecznej rywalizacji o klienta. Czasami lepiej jest odpuścić i zaplanować coś na inną porę roku. Pamiętaj, że cel nie zawsze uświęca środki.

9. Wykorzystaj święta do pozyskania nowych odbiorców

W okresie świątecznym klienci interesują się ofertami sklepów, których zazwyczaj nie przeglądają. Warto wykorzystać ten moment i przekonać ich do subskrypcji listy mailingowej. Pozwoli to osiągać lepsze wyniki z długofalowej kampanii email marketingowej, która jest prowadzona w ciągu pozostałych miesięcy w roku oraz będzie przydatna w przyszłorocznej kampanii świątecznej.

Dobrze jest zatem umieszczać formularz zapisu we wszystkich miejscach, które są najczęściej odwiedzane przez świątecznych klientów – strona główna (może w formie pop up'u), kanały social media (w szczególności Facebook) oraz blog.

W zależności od branży, w której działa firma, lista odbiorców zbudowana w okresie świątecznym może być wykorzystywana wyłącznie w tej porze roku.

Pamiętaj! Stosuj wiadomość powitalną. To pozytywne zaskoczenie odbiorcy już na samym początku i pomaga w dalszym budowaniu relacji.

10. Nie zapominaj o podstawach

Planując kampanię świąteczną nie można zapominać o podstawowych narzędziach i dobrych praktykach email marketingu, które mogą okazać się kluczem do skutecznych działań opartych na wiadomościach email:

✳ Wiadomości follow up

Wiadomości „follow-up” to najczęściej seria newsletterów, które są wysyłane automatycznie do wybranej grupy subskrybentów o wyznaczonej wcześniej dacie i godzinie. Jest to jeden z najlepszych sposobów na budowanie trwałych i długofalowych więzi z klientami.

✳ Subskrypcja z potwierdzeniem (ang. Confirmed opt-in)

Model zapisu do listy subskrybentów, który wymaga potwierdzenia wyrażonej wcześniej przez subskrybenta zgody. Na podany przez odbiorcę adres email wysyłana jest wiadomość zawierająca link potwierdzający. Adres zostanie dodany do listy subskrybentów dopiero po kliknięciu w unikalny link.

Pamiętaj! Email marketing jest formą **MARKETINGU ZA PRZYZWOLENIEM**, co automatycznie wskazuje, że proces zapisania się do listy mailingowej powinien opierać się na wyrażeniu i potwierdzeniu zgody subskrybenta.

✳ Pole nadawcy

Odbiorcy są zazwyczaj wyczuleni na wiadomości od osób, których nie znają, dlatego tak ważny jest odpowiedni adres email umieszczony w polu nadawcy. Najlepiej, jeśli będzie on zawierał nazwę firmy (nadawcy) lub produktu, którego dotyczy wiadomość.

11. Budowa świątecznego newslettera – pamiętaj o kluczowych informacjach

Czym różni się newsletter z promocją świąteczną od tego z innymi promocjami wysyłanymi w ciągu roku? Nawet mało wytrawna w sztuce email marketingu osoba zgadnie, że różnica tkwi w grafikach. Newslettery świąteczne są zazwyczaj pełne mikołajów, prezentów, płatków śniegu lub choinek, pod którymi znajduje się masa prezentów. I bardzo dobrze – tworzą one wśród odbiorców świąteczny, przyjazny i rodzinny klimat sprzyjający zakupom.

Jednak same świąteczne grafiki to nie wszystko. Warto pamiętać również o kilku elementach i informacjach, które usprawnią nawigację i przekonają odbiorcę do zrobienia zakupów, m.in.:

- ❁ pasek nawigacji w sekcji header wiadomości, który pogrupuje produkty oferowane na stronie internetowej nadawcy w odpowiednie kategorie i pozwoli odbiorcy przejść od razu do segmentu, który go interesuje - bez konieczności przeglądania całej kreacji.



- ❁ do stopki wiadomości (oprócz linku do rezygnacji z subskrypcji i danych dotyczących nadawcy wiadomości) dodać informacje na temat czasu dostarczenia przesyłki lub od jakiej kwoty jest wysyłana za darmo. Informacje te mogą być podane w formie boksu, który będzie bardziej czytelny. Poza tym, w stopce mogą znaleźć się również informacje na temat godzin otwarcia sklepu – tym bardziej jeśli zmieniły się one w okresie świątecznym oraz szczegółowe dane kontaktowe z działem obsługi klienta – niech odbiorca wie, że w razie pytań lub wątpliwości ma możliwość natychmiastowych konsultacji. Istnieje duże prawdopodobieństwo, że te wszystkie dane nie zmieszczą się w stopce – można zatem z powodzeniem zagospodarować dolną część wiadomości – tuż nad stopką.
- ❁ jeżeli sklep ma w swojej ofercie karty podarunkowe to warto o nich wspomnieć w newsletterze (np. w formie niewielkiego boksu w dolnej części wiadomości, pod głównym komunikatem). Jest to sposób na przyciągnięcie uwagi niezdecydowanych na konkretny produkt klientów, którzy mogą wybrać tą łatwiejszą drogę.

12. Twórz segmenty a nie będziesz posądzony o spam

Częstotliwość otrzymywanych przez odbiorców newsletterów zdecydowanie wzrasta w okresie przedświątecznym. Firmy z niemal każdej branży chcą im coś sprzedać lub zainteresować swoją ofertą. Jedna firma potrafi wysłać kilka wiadomości w ciągu zaledwie kilkunastu godzin.

Nic dziwnego, że odbiorcy zaczynają wówczas większość otrzymywanych wiadomości oznaczać jako spam. Jak w takim razie dotrzeć do nich ze swoim komunikatem? W teorii jest to bardzo proste – stworzyć ofertę, która ich po prostu zainteresuje. Z pomocą może przyjść niezwykle ważna funkcjonalność email marketingu – segmentacja. Pozwoli ona skuteczniej doprecyzować świąteczną ofertę do wymagań i zainteresowań określonej grupy odbiorców.

Na potrzeby promocji świątecznej przydadzą Ci się szczególnie dwa typy segmentacji:

❁ **behawioralna**

Grupuj odbiorców według uzyskanych wskaźników skuteczności (kliknięć i otwarć wiadomości), np. na tych co otworzyli wiadomości, ale nie kliknęli w żaden link; kliknęli, ale nie kupili, nie otworzyli w ogóle. Staraj się do każdej z tych grup stworzyć wiadomość z nową ofertą.

✳ na podstawie danych deklaracyjnych

Wykorzystaj dane swoich klientów, które podali Ci podczas subskrypcji. Może to być płeć, miasto, wiek, zainteresowania, itp. Staraj się wykorzystać te dane tworząc ofertę dla każdej z tych grup. Pamiętaj jednak, że są święta i wyjątkowo mężczyźni mogą interesować produkty adresowane do kobiet.

Wykorzystaj również informacje z ubiegłego roku. Sprawdź co klienci kupili w minionej kampanii świątecznej i przygotuj dla nich zbliżoną ofertę.

Pamiętaj! o zasadzie Pareto zgodnie, z którą 20% klientów generuje 80% przychodu. Nie zapomnij zatem przedstawić specjalnej oferty świątecznej Twoim stałym klientom! Poczują się docenieni za to, że kupują Twoje produkty systematycznie.

13. "Oferta ważna tylko dzisiaj" lub "Oferta ważna jeszcze tylko przez X dni"

Wśród świątecznych newsletterów warto uwzględnić również wiadomości z ofertą z krótką datą ważności. Może to podziałać mobilizująco na odbiorców, którzy będą musieli podjąć szybką decyzję o zakupie – tym bardziej jeśli oferta będzie wyjątkowo atrakcyjna. Warto rozważyć w ramach świątecznej kampanii dwa rodzaje tego typu wiadomości:

- ✳ Jednodniowa oferta – wiadomość z dużym rabatem lub atrakcyjnym gratisem, który obowiązuje tylko do końca danego dnia. Odbiorca będzie musiał natychmiast podjąć decyzję o zakupach. Jeżeli oferta będzie naprawdę atrakcyjna to istnieje duże prawdopodobieństwo, że wielu klientów się skusi.
- ✳ Oferta ważna kilka dni – najczęściej jest ona ważna 3 dni i opiera się na 3 wiadomościach (każda z nich odlicza czas do końca trwania promocji).

Pamiętaj! Temat wiadomości z ofertą o krótkiej dacie ważności powinien zawierać najważniejsze dla odbiorcy informacje: czas trwania oferty i dlaczego warto z niej skorzystać.

Przykładowe tematy:

- ✳ - 40% na wszystkie produkty – oferta ważna tylko dzisiaj
- ✳ Kup 2, a trzeci odbierz gratis – ostatni dzień promocji
- ✳ 3 dni specjalnej promocji świątecznej!
- ✳ Masz jeszcze tylko 2 dni, aby skorzystać z 30% rabatu na ozdoby choinkowe

14. Wersja mobilna newslettera

Z najnowszego raportu GetResponse “Email w biegu” wynika, że użytkownicy smartfonów najczęściej wykorzystują je (oprócz wykonywania połączeń telefonicznych) do sprawdzania poczty email (18,3%). Nie ma co ukrywać, że gorący okres świąteczny tylko spotęguje ten trend i wiele odbiorców będzie przeglądało skrzynkę odbiorczą na zakupach, w kolejce lub stojąc w weekendowym korku zmierzającym na parking jednej z galerii handlowej.

Warto zatem pomyśleć o mobilnej wersji wysyłanych newsletterów.

W newsletterze, który trafia na urządzenia mobilne trzeba zwracać szczególną uwagę na liczbę wykorzystanych słów, wagę oraz grafiki. W praktyce oznacza to, że należy pamiętać o:

- * nieumieszczaniu w wiadomości więcej niż 1-2 przycisków wzywających do działania;
- * zredukowaniu wagi emaila do 20 kB;
- * zawarciu tematu wiadomości w maksymalnie 60 znakach.

W przypadku urządzeń mobilnych odbiorca nie będzie posługiwał się kursorem myszki, tylko palcem, a więc nawigacja wiadomości powinna wyglądać trochę inaczej. Dlatego należy:

- * upewnić się, że mailing nie jest szerszy niż 640 pikseli. Średnia szerokość ekranu na smartfonie to 320 pikseli, w niektórych przypadkach 480 pikseli;
- * postarać się, aby klikalne ikony nie były mniejsze niż 29 x 44 piksele
- * pilnować rekomendowanej wielkości czcionki w nagłówkach z hasłami - minimum 30 punktów.

15. Nie zapomnij o życzeniach świątecznych

Planując strategię i kalendarz kampanii świątecznej, nie zapomnij o życzeniach świątecznych. Tym bardziej, że – jak wynika z ubiegłorocznego badania GetResponse – to właśnie email jest najpopularniejszym narzędziem do składania świątecznych życzeń klientom i partnerom biznesowym. W tym celu korzysta z niego ponad 50% badanych.

Wiadomość z życzeniami powinna zamykać cykl wiadomości wysyłanych w ramach promocji świątecznej. W zależności od kalendarza działań można ją zaplanować na 22-24 grudnia.

Oprócz życzeń, warto również podziękować odbiorcom za to, że chcą być częścią Twojej firmy. Można nawet w ramach świątecznego prezentu podarować im specjalny kod rabatowy do zrealizowania w nowym roku.

Pamiętaj! Grafika z życzeniami powinna budzić domowe ciepło i bezpieczeństwo.

16. Przypomnij o poświątecznej promocji

Świąteczne dni nie oznaczają wcale końca walki o uwagę klienta. Po świętach przychodzi czas na drugie rozdanie kart – rozpoczynają się poświąteczne promocje, o których warto przypomnieć odbiorcom newslettera.

Działania poświąteczne również należy zawrzeć w świątecznej strategii kampanii. Mogą one powielać schemat z okresu świątecznej promocji lub opierać się wyłącznie na wyprzedaży. Warto jednak postawić na nową narrację, która zaangażuje odbiorców, np. "Niezadowolony ze świątecznych prezentów? Przyjdź do X i wybierz to, co Ci się podoba".

17. Spójny Landing Page

Landing Page inaczej zwany microsite, micropage, strona produktowa czy strona docelowa jest pierwszą stroną, na którą trafiają odbiorcy wiadomości wskutek podejmowanych decyzji wypracowanych na bazie zawartości otrzymanej wiadomości oraz odpowiedniego wezwania do działania (ang. Call To Action – CTA). Strona docelowa może być całkowicie osobną stroną, mikrostroną lub elementem większego serwisu w odniesieniu do konkretnej promocji obowiązującej w danym czasie, czy np. stałej oferty dla wydzielonego segmentu subskrybentów.

Landing Page w świetle działań email marketingowych, jest logicznym rozszerzeniem informacji znajdujących się w wiadomościach typu newsletter, na który użytkownicy najczęściej trafiają poprzez kliknięcie w określony odnośnik znajdujący się w zawartości. Należy zatem zadbać o to, aby kreacja graficzna newslettera była spójna z kreacją Landing Page - odbiorca od razu będzie wiedział, że dobrze trafił.

Głównym celem Landing Page w obszarze prowadzonych kampanii email marketingowych jest podwyższenie ich konwersji.

W procesie konwersji można wyróżnić kilka podstawowych akcji do jakich marketerzy zachęcają swoich odbiorców. Pośród nich można wyróżnić takie jak:

- ❄ Inicjacja procesu zakupu
- ❄ Pozostawienie danych kontaktowych
- ❄ Rejestracja w serwisie
- ❄ Przekazanie informacji o ofercie znajdującej się na Landing Page swoim znajomym
- ❄ Przekonanie się do marki, budowa relacji
- ❄ Gromadzenie dodatkowych danych o istniejących subskrybentach

Uwaga! GetResponse uruchomi w najbliższym czasie Kreator Landing Pages, dzięki któremu będziesz mógł za pomocą kilku kliknięć zbudować własną mikrostronę. Więcej informacji na ten temat możesz znaleźć na [blogu GetResponse](#).

Pakiet grafik świątecznych w prezencie!



Pobierz teraz!

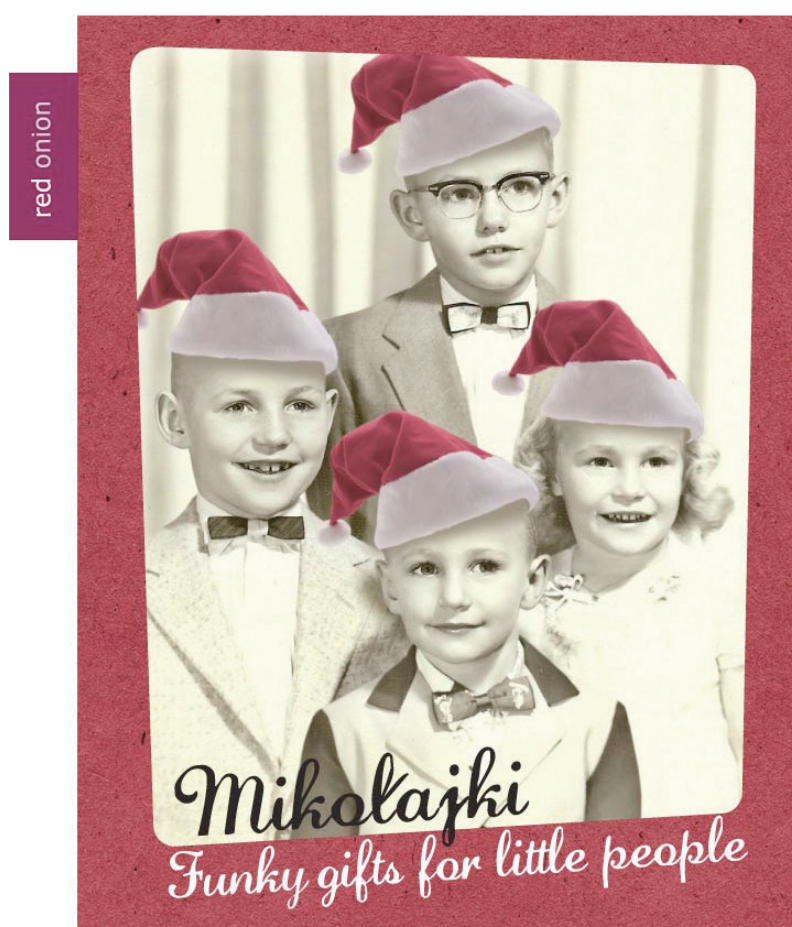
Subiektywny przegląd kampanii emailowych

Mikołajki

Mikołajki (6 grudnia) to jeden z najważniejszych dni w kalendarzu kampanii świątecznej. Warto z tej okazji przygotować coś specjalnego, co zainteresuje odbiorców i przyciągnie ich uwagę.

Red Onion Concept Store oferuje ciekawe, designerskie meble i elementy dekoracji wnętrz. W okresie Mikołajkowym zachęcił do zakupów mailingiem skupiającym się na gadżetach dla najmłodszych. Prosta i zabawna kreacja.

Temat: Mikołajki. Funky Gifts for little people



dołącz do nas na FACEBOOKu 

red onion burakowska 5/7 | 01-066 warszawa | +48 22 817 13 39 www.redonion.pl
red onion concept store & café | fabryka czekolady | szpitalna 8a / 00-031 warszawa / +48 22 826 0008

Szanujemy Państwa prywatność i dziękujemy za odebranie maila. Jeśli nie życzą sobie Państwo otrzymywać od nas informacji prosimy odpowiedzieć na tego maila wpisując w temacie USUN.

Temat: Mega obniżka - błyskotki dla każdej sroczki! Wyprzedaż mikołajkowa!

Mail nieczytelny? [Kliknij tutaj](#)

HEPPIN.COM intymnie.com POROZMAWIAJ Z KONSULTANTEM!
801 003 376

MODA DAMSKA BIELIZNA BUTY DODATKI WYPRZEDAŻ *Heppin Cafe*

DARMOWA WYSYŁKA I ZWROT - ZAKUPY BEZ RYZYKA KARTA RABATOWA - 5% ZNIŻKI  **Lubię to!** **HEPPIN NA FB**

WYPRZEDAŻ MIKOŁAJKOWA, WYPRZEDAŻ WYJĄTKOWA...
BIZUTERIA
-15% TANIEJ
ZOBACZ PROMOCJE



15 % TANSZEJ
STROJE MIKOŁAJKOWE
ZOBACZ PROMOCJE

NIE MASZ POMYSŁU
NA PREZENT?
**ZNAJDŹ
GO U NAS!!**
ZOBACZ WIĘCEJ

CIEPŁO, PRZYTULNIE,
DOMOWO...
ZOBACZ WIĘCEJ

Niniejsza oferta handlowa nie stanowi oferty w rozumieniu przepisów Kodeksu Cywilnego art. 66

Z okazji Mikołajek marka Heppin.com proponuje 15% rabatu na biżuterię oraz stroje mikołajkowe. Dodatkowo zachęca do odwiedzenia strony i poszukania inspiracji na prezent świąteczny.

Zniżki

Najprostszym i najczęściej wykorzystywanym pomysłem kampanii email marketingowej jest zaoferowanie świątecznego rabatu. Jeśli zdecydujesz się na kod rabatowy to warto pamiętać, aby był on możliwy do skopiowania lub pobrania przez klienta. Dzięki temu nie będzie on musiał zapamiętywać ani przepisywać kodu, co może go tylko zniechęcić do zakupu.



Take our baubles with 25% off* Christmas + Free delivery at Boden

Boden

WOMEN • MEN • MINI • JOHNIE B • STYLE & FIT • BITS & BLOOS • CLEARANCE

THIS MONTH



Talking shop

CHRISTMAS SHOP NOW OPEN

If your shopping list is longer than your arm, don't panic! We've handpicked our festive favourites and assembled them all in one easy-to-rummage-through place. Unearth everything from below the budget gifts to cosy cashmere and fun stocking fillers.

► CRACK CHRISTMAS



Party politics

OFFICE PARTY SOS

Is it ever ok to serenade your boss? How do you pitch your party look to perfection? We asked eight Boden staffers to reveal their top tips for tackling the office party with aplomb.

► SEE THE FEATURE
► VISIT THE PARTY SHOP



Exclusive competition

STYLE A PARTY OUTFIT & WIN ONE OF FIVE £200 PRIZES

You only get one crack at dressing for those big Christmas parties. So why not practice on our virtual Outfit Maker? Simply create and save an outfit before Wednesday 5th December and if it gets our seal of approval, we'll treat you to £200 account credit.

► GIVE IT A WHIRL



Lovely bubbly

GUZZLE A FREE PROSECCO AT JAMIE'S ITALIAN

Take the weight off frazzled feet this festive season and treat yourself to a free glass of prosecco or orange juice with any main meal at Jamie's Italian. Just phone ahead to book and quote 'Boden' before Monday 31st December.

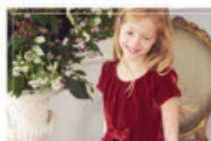
*One free drink per person.
See bottom of email for the boring legal bit.



Party perfect

3 NEW FESTIVE FROCKS FROM MINI

Our gorgeous new velvet and brocade dresses will give even the Christmas fairy a run for her money.



BARNES & NOBLE
BN.com

Books | Textbooks | NOOK Books | nook | Kids | Toys & Games | DVD | Music | Home & Gifts | Gift Cards

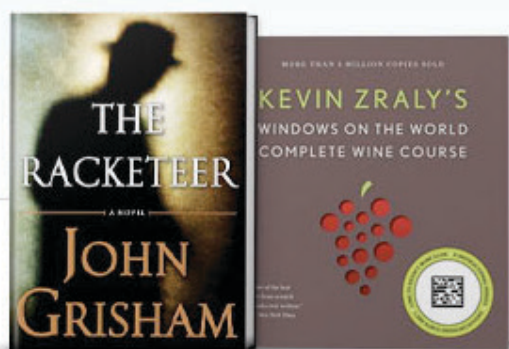
Gifts for One and All

Shop Our Holiday Preview Collection

[Explore Now >](#)

*Save 40% or More on the
Hottest Books of the Season*

Online Only [Shop BN.com >](#)



Unwrap Big Fun

Buy 1 Select Toy or Game,
Get a 2nd 50% Off [details](#)

Online Only [Shop BN.com >](#)

*Celebrate the Season with
Kids' Holiday Favorites*

[Shop BN.com >](#) [Visit a Store >](#)



*Święta to czas
obdarowywania!*

10% zniżki

**w promocji świątecznej
GetResponse!**

**Założ konto GetResponse
w niewiarygodnie niskiej cenie.**

Użyj kodu rabatowego:

XMAS11

Kup Teraz ▶

Bonus

Jednym ze sposobów zdobycia uwagi klienta jest zaproponowanie upominku dołączanego do zakupów np. “3 produkty w cenie 2” albo drobny prezent lub ładne opakowanie.

Temat: Druga rzecz za pół ceny

The banner is for Home&You, with the tagline "there's no place like home&you". It features a teal background with a large white circle on the left containing the text: "w dniach 16-18 LISTOPADA DRUGA RZECZ* -50% ZAPRASZAMY DO SALONÓW HOME&YOU! Oferta nie obejmuje zakupów w sklepie online." To the right of the circle, the text "DRUGA RZECZ*" is above a large "-50%". A small note at the bottom right says: "*dotyczy tańszej rzeczy, nie łączy się z innymi przecenami i promocjami".

Below the main banner are three sections:

- ŚWIĘTA, ŚWIĘTA ...**
Wybierz swoją bajkę
Image of a white teapot and cups with a "new" tag.
- BONY 10, 25 I 50 ZŁ**
Odbierz pocztówkę z bonami
Image of three pink bonus cards for 10, 25, and 50 PLN, with a "new" tag.
- GIFT IDEA**
Pomysł na prezent
Image of various home decor items like mugs and a teapot with a "new" tag.

At the bottom are navigation links: SALONY, PRACA, KONTAKT, NEWSLETTER, FACEBOOK.

Marka Home&You postawiła na przyciągnięcie uwagi odbiorców 50% rabatem za drugi zakupiony produkt.

Mailing uzupełniają 3 sekcje przypominające o nadchodzących świętach:

- * zachęta do znalezienia najbardziej pasujących dekoracji świątecznych,
- * bony o różnej wartości (w ramach gratisu do każdego zakupu),
- * sekcja GIFT IDEA z propozycjami upominków świątecznych.

Temat: Butik świąteczny w promocji 3 za 2! Kolekcja bielizny Rosie dla Autograph!

[Nie możesz zobaczyć zawartości emaila?](#)
[Dodaj marks-and-spencer.com.pl do swojej książki adresowej.](#)

[Przylóż się](#)

[Strona główna](#)
[Sieć Sklepów](#)
[Klub Marks & Spencer](#)

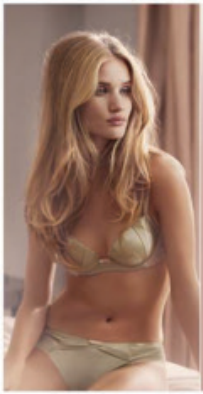
[Kobiety](#)
[Mężczyźni](#)
[Dzieci](#)
[Bielizna i piżamy](#)
[Kosmetyki](#)
[Delikatesy](#)
[Promocje](#)



Świąteczne prezenty dla każdego!
Wybierz 3 produkty świąteczne i zapłać tylko za 2! Najtańszy produkt gratis.

Pomysł na prezent!

[ŚWIĄTECZNE DEKORACJE](#)
[ŚWIĄTECZNE OPAKOWANIA](#)
[ŚWIĄTECZNE PREZENTY](#)
[ZABAWKI](#)



Rosie dla Autograph

Prezentujemy nową kolekcję bielizny zaprojektowaną we współpracy z Rosie Huntington-Whiteley, znaną brytyjską modelką i aktorką.

"Luksewowa i bardzo kobieca kolekcja dla kobiet w każdym wieku. Pełna wygoda" Rosie Huntington-Whiteley

Więcej informacji w sklepach



Specjalna promocja spożywcza dla Ciebie!



Przepyszne prezenty dla każdego!

20% RABATU

Marks & Spencer już w temacie wiadomości zachęca do skorzystania z promocji.

Klienci kupując 3 produkty, trzeci najtańszy otrzymają gratis. Dodatkowo w kreacji uwzględniono kilka propozycji podarunków. Na dole wiadomości zamieszczono informację o 20% rabacie na świąteczne wypieki.

Temat: Mniam! Zapach jabłka z karmelem w Twojej łazience

Witaj!
Twoja łazienka od teraz będzie pachnieć smakowicie jabłkiem w karmelu, a do kąpielowego zestawu z tym newsletterem otrzymasz od nas cukierkową gąbkę do masażu. Mniam! Prawdziwe słodkości, które nie tuczą!

YVES ROCHER
FRANCE

Odkryj smakowity zapach pieczonego jabłka w Twojej łazience, a do kompletu Gąbka do masażu W PREZENCIE!

JABŁKO PIECZONE W KARMELU*

Już od **6⁹⁰zł**

EDYCJA LIMITOWANA

Tuś spóźnił

PREZENT:
CUKIERKOWA GĄBKĄ DO MASAŻU

TYLKO DLA CIEBIE

ABY JĄ OTRZYMAĆ
KLIKNIJ TUTAJ
lub w koszyku wpisz kod promocyjny: PN1012

DO TWOJEGO ZAMÓWIENIA:
2 KUBKI ŚWIĄTECZNE
Na wspólne zimowe wieczory

2 KUBKI w kolorze malwy i złotego beżu

DOSTAWA GRATIS
już od 99 zł

Zobacz **WSZYSTKIE PREZENTY** tego miesiąca

Z okazji świąt Yves Rocher oferuje specjalnie przygotowaną limitowaną serię kosmetyków o smakowitym zapachu. Do zamówienia klient otrzyma także kubki świąteczne lub inny wybrany przez siebie prezent. Yves Rocher zapewnia darmową dostawę, ale przy zamówieniu od 99 zł.

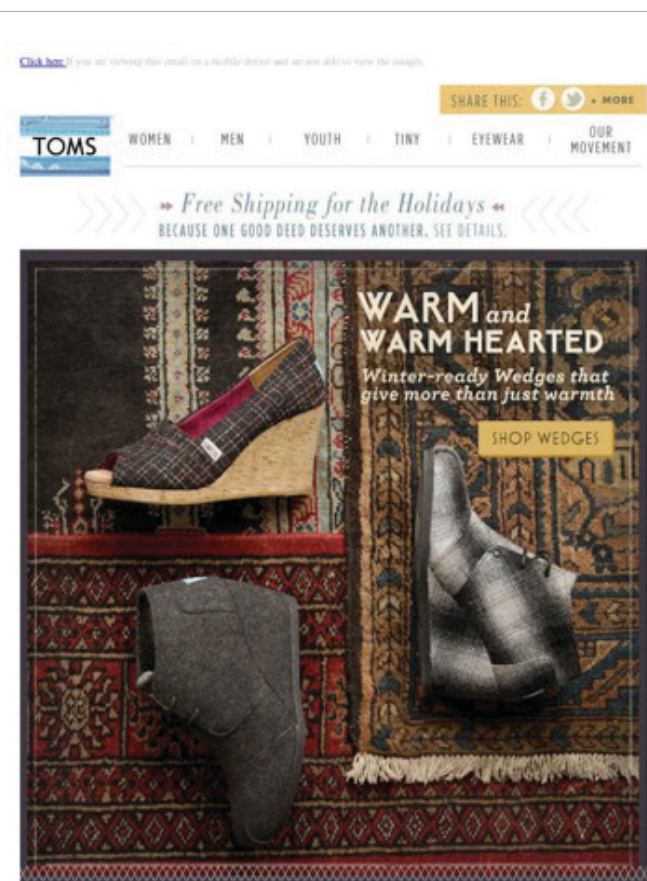
Darmowa dostawa

W okresie świątecznym konsumenci są często zajęci i zabiegani, przez co nie zawsze starcza im czasu na zrobienie zakupów. Dlatego atrakcyjne oferty z darmową dostawą mogą okazać się strzałem w dziesiątkę.

W Polsce klienci będą mogli dokonać zakupów online bez ponoszenia kosztów przesyłki w wybranych sklepach w Dniu Darmowej Dostawy (3 grudnia). Najczęściej praktykowana jest jednak bezpłatna dostawa przy zakupie o określonej wartości, np. 100 zł.

Warto zadbać o swoich subskrybentów przypominając im o optymalnym czasie na zamówienie online – tak by doszło do odbiorcy na czas.

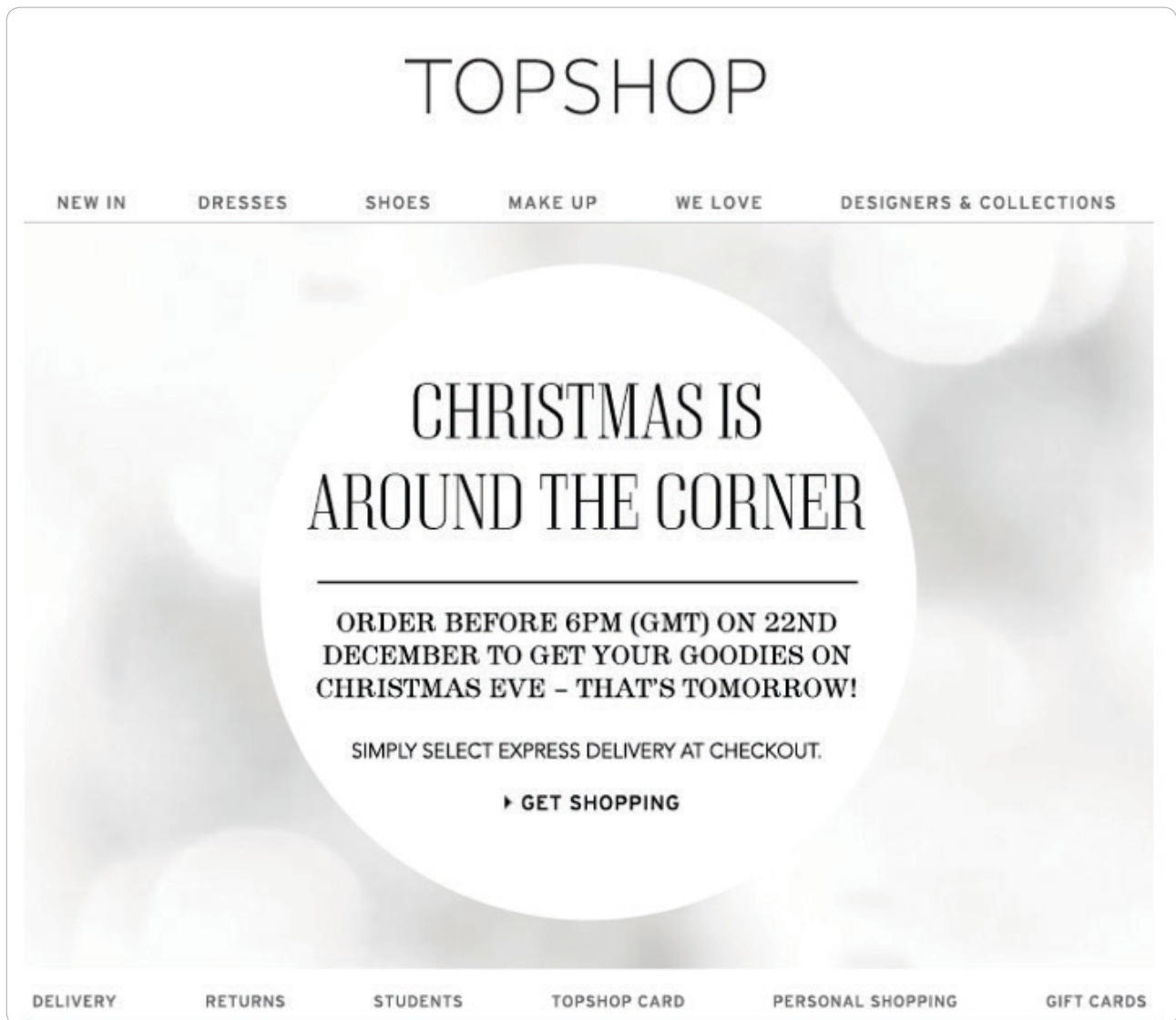
Temat: Here for the Holidays – FREE SHIPPING and new Wedges!



Marka obuwnicza TOMS już w sekcji “header” informuje klientów o darmowej wysyłce podczas świąt.

Temat: Last chance to get your goodies in time for Christmas

Top Shop przypomina o złożeniu zamówień, aby dotarły na czas do odbiorcy.



Katalogi świąteczne

Miał nieczytelny? [Kliknij tutaj!](#)

HEPPIN.COM POCZYNIAJ Z KONKURENCJĄ 801 003 376

MODA DAMSKA BIELIZNA BUTY DODATKI WYPRZEDAŻ *Heppin Ciepło*

DARUNKOWA WYSYŁKA I ZWROT - ZAKUPY BEZ RYZYKA KARTA RABATOWA - 5% ZNIŻKI [Lubie to!](#) [HEPPIN NA FB](#)

Ostatni moment
NA ZAKUP ŚWIĄTECZNYCH PREZENTÓW...

ZOBACZ NASZE PROPOZYCJE

SKŁADAJĄC ZAMÓWIENIE DO ŚRODY
DAJEMY CI GWARANCJĘ, ŻE PACZKA ZDĄŻY NA CZAS
Z NASZYM KURIEREM ALBO PRZEZ PACZKOMATY.*

* SZUKAJ PRODUKTÓW OZNACZONYCH: **SZYBKA WYSYŁKA**

**PRZESYŁKA PACZKOMATEM
ZA 1 ZŁ!**

ZOBACZ NASZE PROPOZYCJE

PROPOZYCJE PREZENTOWE dla niej!
ZOBACZ WIĘCEJ!

PROPOZYCJE PREZENTOWE dla niego!
ZOBACZ WIĘCEJ!

ZŁOŻ ZAMÓWIENIE ZA MIN 50ZŁ,
A OPAKOWANIE PREZENTOWE
DOSTANIESZ GRATIS!

ZOBACZ PRODUKTY

Sukienka Sukienka Kaja grey
Vera Fashion **Bestseller!** **Szybka wysyłka**

Sukienka Sukienka Jacqueline
Vera Fashion **Szybka wysyłka**

Sukienka Sukienka Bella
Vera Fashion **Szybka wysyłka**

Sukienka Sukienka Greta
Vera Fashion **Szybka wysyłka**

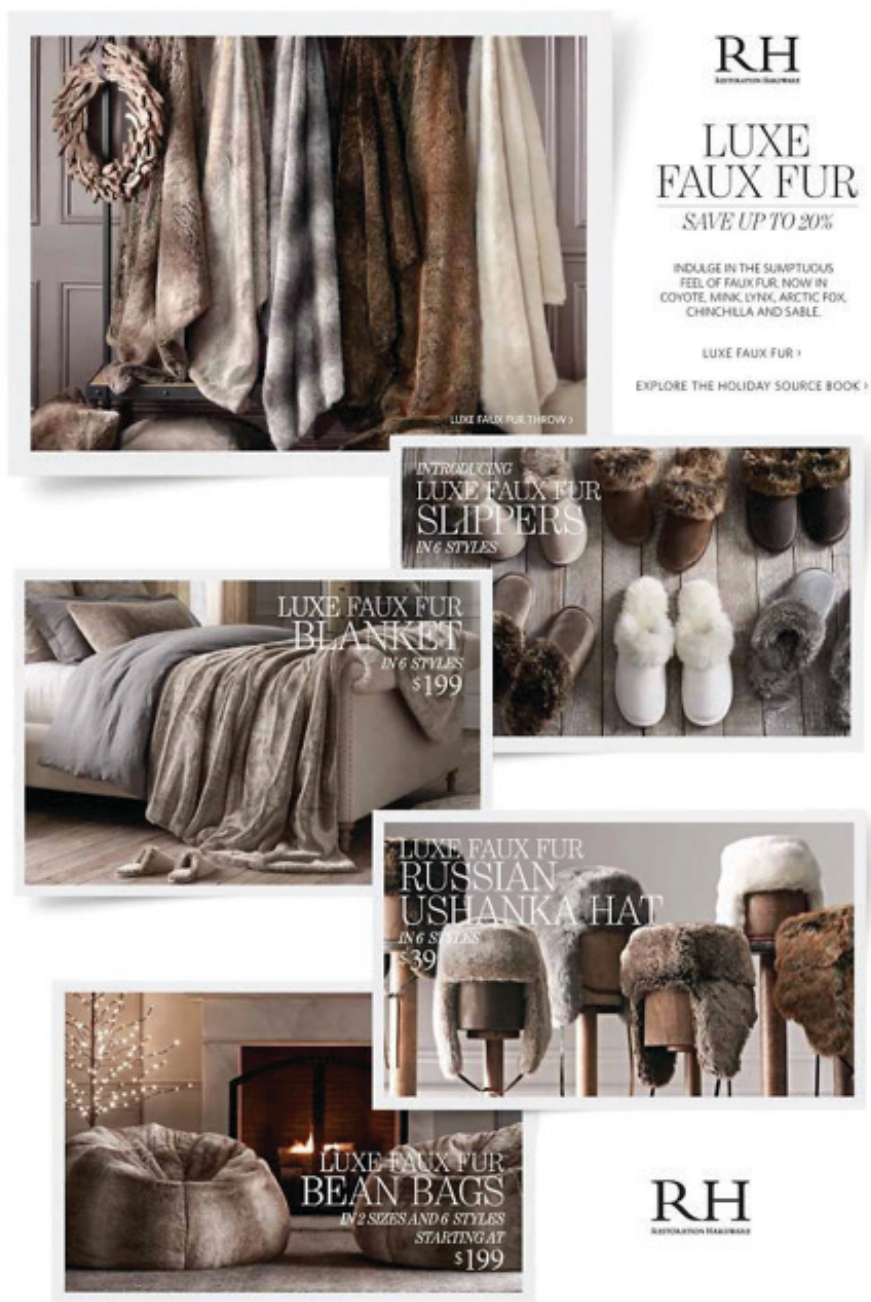
-10% Na Święta 224,90 **-10%** Na Święta 314,90 **-10%** Na Święta 224,90 **-10%** Na Święta 247,90

Jednym z wariantów zaprezentowania świątecznej oferty jest przedstawienie subskrybentom poradników zakupowych. Produkty w katalogach mogą być pogrupowane według kategorii, ceny lub innych kryteriów. Warto dołożyć starań, aby kreacja maila w katalogu była na tyle atrakcyjna dla odbiorców, aby chcieli kliknąć i obejrzeć ofertę. Poniżej kilka przykładów kreacji zapraszających do ściągnięcia katalogu.

Temat: Discover our holiday gift guide



Temat: Save 20% on Our Luxe Faux Fur Collection



Tommy Hilfiger oraz marka Bumble&Bumble przygotowały specjalne sekcje prezentowe na swojej stronie i zapraszają do ich obejrzenia właśnie atrakcyjnym emailem.

Temat: Discover great gift ideas and see our favorite party looks



Temat: : A glimpse into the holidays

FREE 2ND DAY SHIPPING AND SAMPLES WITH \$25 ORDERS. USE CODE **HOLIDAY2012** AT CHECKOUT. [SHOP NOW](#)

[Like](#)

bumbleandbumble.com

PRODUCTS SHAMPOO + CONDITIONER LOOK + LEARN OFFERS SALON LOCATOR

Bumble and jingle.
OUR STYLIST-PICKED
GIFT GUIDE
FOR ALL HAIRKIND
IS COMING TO
bumbleandbumble.com
NOVEMBER 8, 2012



AN EARLY GIFT TO YOU: ENJOY FREE SECOND DAY SHIPPING AND SAMPLES WITH \$25 ORDERS. USE CODE **HOLIDAY2012 AT CHECKOUT***

[SHOP](#)

[YouTube](#) [Facebook](#) [Twitter](#) [Pinterest](#)

*Free second day shipping and samples with \$25 orders. Enter code **HOLIDAY2012** at checkout. Offer ends November 1, 2012 at 11:59 pm ET or while supplies last. Available to U.S. residents only. The applicable purchase amount does not include shipping and handling or sales tax. Only authorized orders will be processed and shipped. Offers cannot be combined, only one offer allowed per order. We reserve the right to cancel any order due to unauthorized, altered or ineligible use of offer and to modify or cancel any promotion due to system error or unforeseen problems. We reserve the right to substitute any free item offered with an item of equal or greater value. Ongoing offers are subject to change without notice. Code valid only at [bumbleandbumble.com](#).

Expedited Service (Overnight and Second Day) is not available for orders being shipped to U.S. Territories, APO/FPO or PO Box locations. Overnight Service may require a signature upon delivery. Enter the offer code **HOLIDAY2012 at checkout and choose Standard Service to receive Free Standard shipping and samples with \$25 orders.

You are receiving this email because you elected to receive emails from Bumble and bumble Online. If you would rather not receive emails from [bumbleandbumble.com](#), please click [here](#) to unsubscribe. Update Profile [here](#).
Bumble and bumble Online (a division of Bumble and bumble Products, LLC) 415 West 13th Street New York, NY, 10014, USA

Add BumbleandBumble@b.bumbleandbumble.com to your address book to ensure you receive our emails!

Świąteczna nawigacja

Prostym i efektywnym zabiegiem jest zmiana nawigacji w emailu. W ten sposób można podpowiedzieć klientowi gdzie powinien kliknąć, zakomunikować terminy promocji czy oferty specjalne.

Temat: Up Your Gifting Game

Give Nike's best gear this season and score big with every athlete on your list.

Can't see images? [View web version.](#)
Add nike@official.nike.com as a friend.

 **NIKESTORE**

[WOMEN](#) [MEN](#) [GIRLS](#) [BOYS](#) [NIKEiD](#) [CLEARANCE](#)

SHOP TOP GIFTS [BY GENDER](#) [BY PRICE](#) [BY SPORT](#) [CUSTOMIZE GIFTS](#)

 **GET FREE SHIPPING** Enter code **SWOOSH** at checkout. NIKEiD orders of \$175+ ship free. See details >

TOP GIFTS

The season's best gear for every athlete

RUNNING GEAR [SHOP THE COLLECTION >](#)



NIKE ELEMENT SHIELD JACKET
Women's Running Jacket
★★★★★
[SHOP IT >](#)



NIKE FREE RUN+ 2 SHIELD
Women's Running Shoe
★★★★★
[SHOP IT >](#)



NIKE+ SPORTWATCH GPS
Powered by TomTom
★★★★★
[SHOP IT >](#)



Temat: Make an entrance with our party wear

If you cannot see this e-mail properly, follow this link: [HTML version](#)

RIVER ISLAND WOMEN MEN GIRLS BOYS

women's *gifts* men's *gifts* girls *gifts* boys *gifts*

WE NOW SHIP TO OVER 100 COUNTRIES AROUND THE WORLD [more info](#)

ALL THAT GLITTERS

It's time to shine with a blend of shimmering pieces creating a gorgeous and glittering look. Sequins, glitter and metallics are the ingredients you need for festive fun, while dark accessories inject some attitude.

[shop party dresses](#) [view party wear](#)

SPARKLING PARTY DEALS

[shop women's seasonal offers](#) [shop now](#) [win the luck](#)

NIGHT FALL

Make an entrance in a mix of smart separates or a suit in rich tones of burgundy, grey and black. Special touches including subtle glitter trim, contrast collars or high shine finishes will ensure you're the best dressed at the party.

[view party wear](#) [shop smart shirts](#)

GREAT GIFT DEALS

[shop men's seasonal offers](#)

SMART SHOES

£40 [view all smart shoes](#)

READY TO ROCK!

PU jackets, faux furs and jumpsuits are all the elements you need to get the kids ready to rock in style this party season.

[view girls party wear](#) [view boys party wear](#)



Promocje ograniczone czasowo

Świąteczne promocje wielu marek są ograniczone czasowo, co działa mobilizująco na odbiorców. W skrzynkach odbiorczych możemy napotkać oferty dnia lub 3 czy 5 dniowe promocje. Działają one mobilizująco na klientów. Przy planowaniu jednodniowej promocji warto rozważyć zakomunikowanie tego faktu klientom kilka dni wcześniej, aby uprzedzić o nadchodzącej okazji i uniknąć niezadowolonych, jeśli nie zdążą dokonać zakupu w wyznaczonym terminie.

Uwzględnienie hasła: „Tylko dzisiaj” zachęca abonenta przynajmniej do otwarczenia emaila i sprawdzenia oferty.

Temat: TODAY ONLY! FLASH SALE! 40% OFF GREAT GIFTS

MoMA STORE

TODAY ONLY!

SAVE 40%

ON A SELECTION OF GREAT GIFTS

ENTER CODE: GIFTS

+ SHOP THE SALE NOW

MEMBERS SAVE AN ADDITIONAL 10%

EVERY PURCHASE SUPPORTS THE MUSEUM OF MODERN ART

LoVE Design? Share the LoVE

Copyright 2012 The Museum of Modern Art. All Rights Reserved. 11 WEST 53 STREET, NEW YORK, NY 10019

The banner features a red background with white and dark red text. It includes a call to action button with a plus icon and social media icons for email, Facebook, Twitter, and Pinterest at the bottom right.

Temat: Nur heute: -20% auf alles! Palmers feiert den 1. Online Womanday





SHOP | AKTIONEN | DESSOUS | STRÜMPFE | HOMEWEAR



womanDAY
online

18.

NOVEMBER

NUR HEUTE: -20% AUF ALLES!*

Jetzt entdecken! >>



JETZT CLUBVORTEILE
SICHERN!



PALMERS SHOPS
IN IHRER NÄHE



DAS IMMER
PASSENDE GESCHENK

* Aktion ausschließlich gültig am 18.11.2012 im Palmers Online Shop. Gilt nicht auf Fremdmarken und Gutscheine. Nicht kombinierbar mit anderen Einkaufsvergünstigungen und Rabatten. Keine Barablöse.

Temat: Wyjątkowa wyprzedaż!

wizzair.com



rezerwacja online

wynajem samochodów

hotele

odprawa online

WYJĄTKOWA WYPRZEDAŻ!

Obniżka o 20% cen wszystkich lotów na wszystkich trasach!

Oferta dostępna obecnie dla wszystkich klientów!

Tylko przez jeden dzień!
Dokonaj rezerwacji 7 grudnia!

Aby otrzymywać oferty tego typu wcześniej niż inni, zostań członkiem WIZZ Xclusive Club!

Obniżka dotyczy ceny za przelot łącznie z podatkami i odnosi się tylko do nowych rezerwacji. Obniżka nie obejmuje opłat dodatkowych (np. opłaty za bagaż) oraz opłaty za rezerwację.

zarezerwuj lot >>

Aby dokonać **rezerwacji** lub uzyskać więcej informacji, zapraszamy na naszą stronę: wizzair.com lub prosimy o kontakt z naszym call center:

W Polsce: 0703 50 30 10 (zł 3,66/min z tel. stacjonarnych i komórkowych)

W Wielkiej Brytanii: 0906 959 0003 (£0,77/min)

W Irlandii: 1550 475 973 (€0,95/min)

Informacja dla subskrybentów:

Użytkownik otrzymał niniejszy e-mail, ponieważ dokonał subskrypcji biuletynu informacyjnego Wizz Air. Osoby zarejestrowane będą musiały się zalogować, w celu dokonania zmiany profilu użytkownika.















Temat: Savvy Sunday: 30% off ghd and Christmas gifts. 24 hours only

Free delivery and free returns on all UK orders

If you are unable to view this email please [click here](#)

ASOS
discover fashion online



[NEW IN](#) | [DRESSES](#) | [SHOES](#) | [COATS & JACKETS](#) | [CHRISTMAS GIFTS](#) | [A-Z OF BRANDS](#)



SAVVY SUNDAY

**TIMED SALE! 30%
OFF ghd***

Get your Christmas shopping sorted with 30% off ghd and Christmas Gifts.

Ends 8am Monday.

SHOP NOW >



LAST CHANCE to shop **25% OFF** ASOS Collection*

*30% off ghd and Christmas gifts promotion and 25% off ASOS Collection promotion are valid until 8am GMT Monday 5th December 2011. Items marked down on site. Selected womenswear items only, some exclusions may apply. For other promotional terms and conditions, please [click here](#)

ASOS, 2nd floor, Greater House, Hampstead Road, London NW1 7FB, UK | [ASOS.com](#) is wholly owned subsidiary ASOS plc. Registered in England - 3584121

Tip - If you add asos@replylink.com to your email address book, your email system will always recognise messages from us, ensuring our newsletters and special offers won't be classed as spam and you won't miss out.

We update our site daily with fantastic new products. If you'd prefer not to receive our style updates and special offers, simply [click here](#) to unsubscribe.

Temat: Make Merry! 30% off at Gap, Old Navy & Banana Republic

Online only. 30% savings at 3 great brands. Ends 11/19. Can't see images? [Click here](#)



SHARE THE GIFT CARD
THAT GIVES BACK
GET A GIFT CARD NOW / LEARN MORE

FREE SHIPPING ON ALL ORDERS OVER \$50. FREE RETURNS ON ALL ORDERS.

WOMEN BODY GAPFIT MATERNITY MEN GIRLS BOYS TODDLER GIRL (1-5 YRS) TODDLER BOY (1-5 YRS) INFANT GIRL (0-24 MOS) INFANT BOY (0-24 MOS)

2 DAYS ONLY, 3 great brands—exclusively online

Merry Sunday & Monday

30% OFF
your purchase at Gap, Old Navy
and Banana Republic

ENDS 11/19

ENTER PROMO CODE

MERRYDAY

SHOP NOW

RESTRICTIONS APPLY.



OLD NAVY



BANANA REPUBLIC



PIPERLIME

PLUS, TAKE 20% OFF

coveted shoes and apparel (from all your
favorite brands!) at Piperlime.com

ENDS 11/19 RESTRICTIONS APPLY.

ENTER PROMO CODE

MERRYDAY

Shop PIPERLIME

Our hearts go out to all those affected by Hurricane Sandy and we're committed to helping rebuild and recover from this devastating storm. Gap Inc. has donated \$1 million in cash and clothing to support our customers, employees, and communities. Join us by giving to the Red Cross today.



SHARE
THE GIFT CARD
THAT GIVES BACK
2% off your GiftCard purchase benefits CARE or Communities in Schools.
GET A GIFT CARD NOW / LEARN MORE



FREE SHIPPING ON ALL ORDERS OVER \$50. No code. No hassle. FREE RETURNS ON ALL ORDERS.

Update Your Email
Preferences

Questions? Feedback?
1.800.GAP-STYLE.

GapCard

Store Locator

Our Return Policy

Stay connected



Propozycje prezentów

Jednym ze sposobów zwrócenia uwagi odbiorców jest zaproponowanie im już w kreacji maila wybranych produktów na idealny prezent. Wartością dodaną – nadającą tzw. dowodu społecznego (ang. “social proof”) – jest umieszczenie np. opinii klientów, którzy zakupili ten produkt.

Temat: Good Design makes for great gifts

MoMA-produced, these gifts are sure to please.

Having trouble viewing the e-mail below? Improve your view [Mobile](#) | [Browser](#)

[g+like](#)

MoMA STORE

[Living](#) / [Dining](#) / [Workspace](#) / [Prints](#) / [Books](#) / [Jewelry + Accessories](#) / [Kids](#) / [Holiday](#) / [Sale](#)

GIFTS by MoMA

Delightful MoMA-produced gifts for everyone on your list.

The Museum of Modern Art has developed products inspired by the principles of Good Design for more than 40 years. The success of our efforts provides support for MoMA's exhibitions and educational programs.

[+ SHOP NOW TO SUPPORT THE MUSEUM](#)

Red Satellite Bowl
Carlo Corin, 1999

Sky Umbrella
Tibor Kalman and Emanuela Frattini Magnusson, 1992

Reversible Frames
Raoul Gross and David Hanauer, 2011

Viewfinder Frame
Rodrigo Westin, 2011

Warm Color Palette Scarf
Frank Lloyd Wright

Monochrome Wall Clock
Kazunori Tashima, 2011

Spindle Perpetual Calendar
Paul Koh, 2012

EVERY PURCHASE SUPPORTS THE MUSEUM OF MODERN ART

LoVE Design? Share the LoVE

[Email](#) [Facebook](#) [Twitter](#) [Pinterest](#)

Copyright 2012 The Museum of Modern Art. All Rights Reserved. 11 WEST 53 STREET, NEW YORK, NY 10019

[UNSUBSCRIBE](#) | [PRIVACY POLICY](#)

Temat: Lots of gift ideas from United Colors of Benetton!



The perfect gif

How time flies... The festive season is just around the corner.

Are you already thinking about what gifts to give?

We are too and we have a number of fantastic ideas for all of you...



Temat: The best gifts are opened again and again and again.

eBags®

Handbags

Luggage

The eBags
Brand

Business
Cases

Backpacks

Travel
Accessories

SALE

eBags Insider Exclusive: 20% Off* + Everything Ships Free

Great Gift Ideas

The best gifts are opened again and again and again.

Shop Now

HURRY, 3 DAYS ONLY!

Offer Ends 11/21 at 11PM PST

*excludes certain brands

 Save up to 75%*	 Save up to 80%*	 Save up to 70%*	 Save up to 75%*
For the Professional <i>Shop Business Cases</i>	For the Traveler <i>Shop Luggage</i>	For Her <i>Shop Handbags</i>	For Him <i>Shop Messenger Bags</i>

More Great Gift Ideas

Click here if you are unable to view Newsletter

Desigual

Woman | Man | Accessories | Shoes | Kids | Living | Outlet

SHOP AT
desigual.com

Give her a gift she'll adore!
Get her the perfect accessory from our Autumn/Winter collection

Prices from
€94.90

Shop now

Don't miss out!
Mid Season Sale 30%
off on selected items.

Free nail polish!
For every garment you buy, we'll give you one free nail polish!

Follow us: [f](#) [t](#) [p](#) [in](#) [e](#) [v](#) [e](#) [n](#) [t](#) [a](#) [t](#) [d](#) [e](#) [s](#) [i](#) [g](#) [n](#) [a](#) [l](#) [l](#) [c](#) [o](#) [m](#)

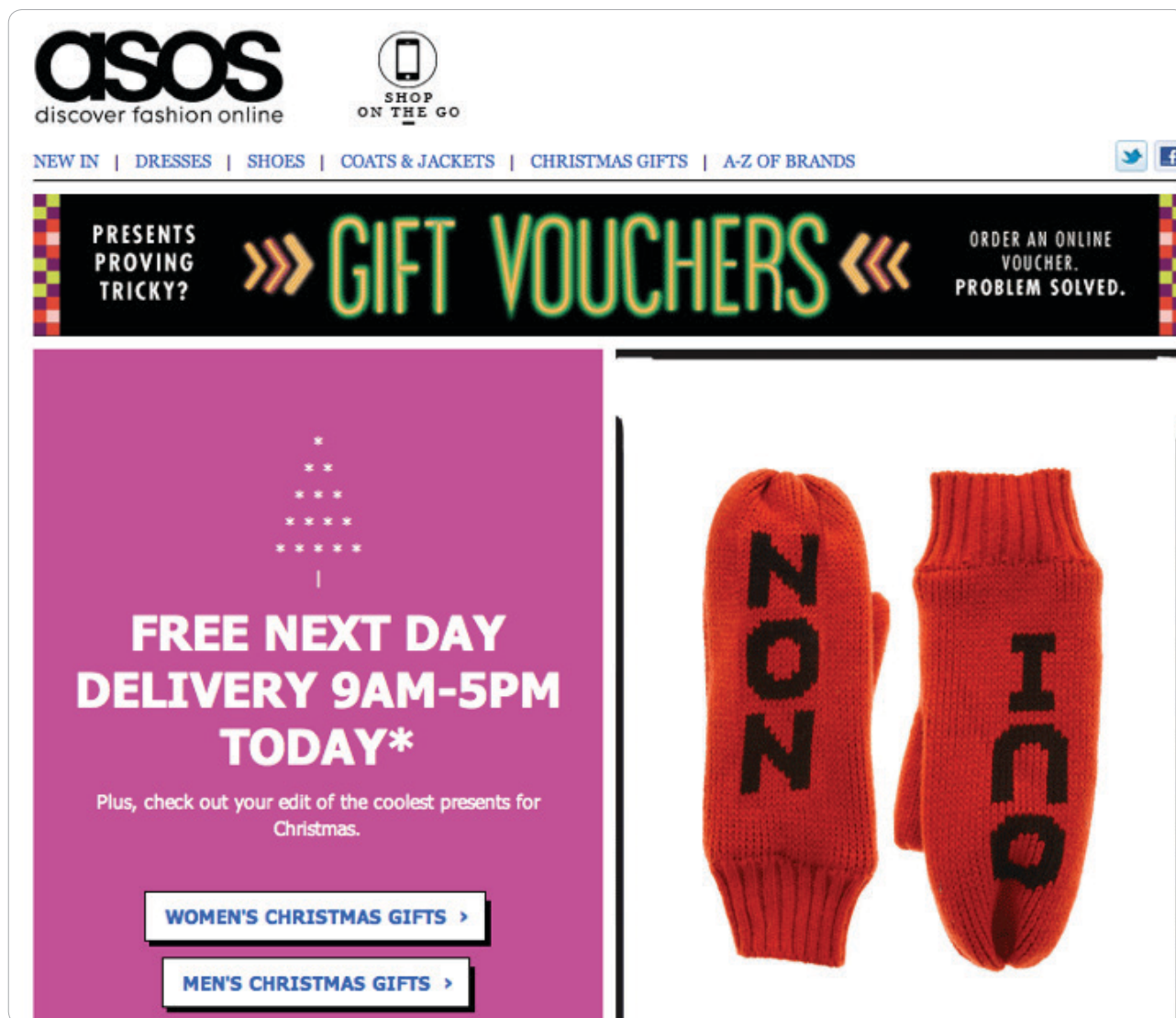
Blog | Store Locator | Amig@ Card

If you no longer wish to receive your copy of the Desigual Newsletter, [click here](#).

* Mid Season Sale: Promotion valid at [desigual.com](#) from 25th October to 28th November 2012 or until stocks last. This promotion may not be combined with other promotions.
** Free nail polish: Minimum purchase of 2 items, 1 free nail polish per item. Offer valid from 5 to 25 November 2012 on [desigual.com](#). This offer may be used in conjunction with other offers.
In compliance with Organic Law 15/1999, dated December 13 and concerning the Protection of Data of a Personal Nature, and Royal Decree 1720/2007, dated December 21 (Spain), approving the regulations deriving from said Law, you do hereby authorize the inclusion of the data of a personal nature shown in the fields above in a file owned by ADASC, S.L.U. to be treated as confidential and used for the purposes of advertising, promotion and information regarding the products, services and activities of Desigual, all relating to the sale and marketing of garments and accessories, and to be able to maintain our commercial relationship with you. At all events you may exercise your right to request access, rectification or cancellation of said data or to oppose the processing thereof by applying in writing to: C/ Bruc 49, 08005-Barcelona (Spain), telephone +34 935 519 220 or by e-mail to [info@desigual.com](#). Unless you state otherwise, within a period of thirty days it will be understood that you have given your consent to the processing of your data which, at all events, you may revoke at any time. Likewise, you authorize the use of your data by any of the Desigual Group Companies for the aforementioned purposes.

Voucher

Kolejnym sposobem na rozwiązanie świątecznych dylematów konsumentów jest zaoferowanie voucherów zakupowych.



If you cannot see this e-mail properly, follow this link: [HTML version](#)

RIVER ISLAND

[WOMEN](#)
[MEN](#)
[GIRLS](#)
[BOYS](#)
[just arrived](#)
[women ▶](#) [men ▶](#)
[gifts](#)
[women ▶](#) [men ▶](#)
[just arrived](#)
[girls ▶](#) [boys ▶](#)
[gifts](#)
[girls ▶](#) [boys ▶](#)

STYLE STEALS

Shop our style steals and grab yourself a pre-Christmas bargain.

[view all sale ▶](#)


~~was £25.00~~
now £10.00



~~was £30.00~~
now £10.00



~~was £35.00~~
now £15.00



~~was £22.00~~
now £10.00



~~was £38.00~~
now £17.00



~~was £60.00~~
now £30.00

'TIS THE SEASON TO BE GIFTING...

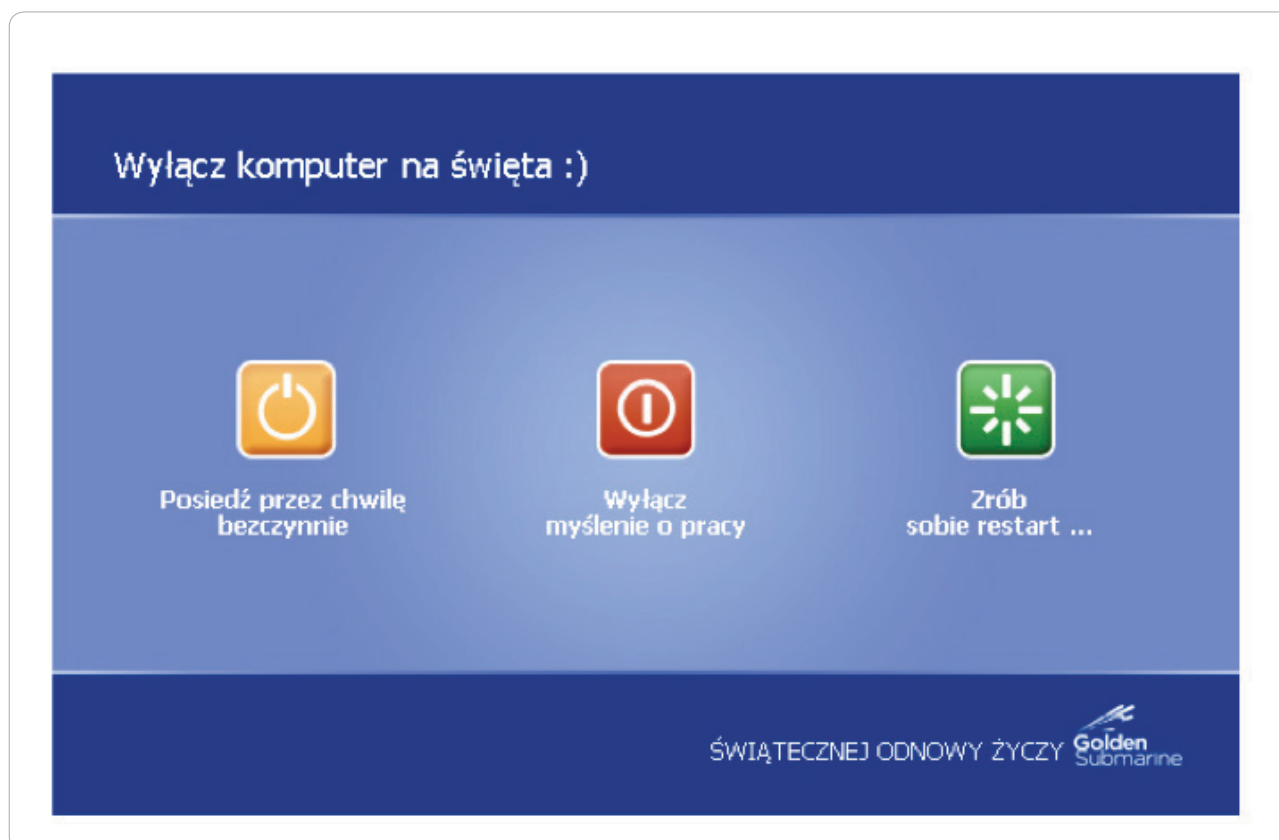
Treat someone in style with an RI gift voucher.

[buy gift vouchers ▶](#)



Kartki świąteczne

Wysyłka spersonalizowanych kartek świątecznych to świetny moment na zacieśnienie relacji z subskrybentami. Wiadomość nie powinna być komercyjna – w ostateczności może zawierać elementy oferty na drugim planie.



Firefly

I LIKE ŚWIĘTA

W TE ŚWIĘTA ZRÓBCIE SOBIE... ŚWIĘTA!!!



Dajcie sobie sianka z facebookiem i skorzystajcie z naszej aplikacji.
Ty się objadasz – ona robi wpisy. Ty oglądasz Kevina – ona ogląda walle innych.
Ty rozpakowujesz prezenty – a ona pakuje kontent na Twojego walla.

WESOŁYCH I ANALOGOWYCH ŚWIĄT ŻYCZĄ

Czy to już koniec?

Nie zapomnijmy komunikować się z klientami zaraz po świątecznej gorączce. Doskonałym pretekstem i elementem wieńczącym rok są świąteczne wyprzedaże.

Temat: After Christmas Sale Ends Today! Save Up To 75%

The image shows a promotional email banner for Bloomingdale's. At the top, the Bloomingdale's logo is displayed. Below it is a navigation bar with links: DESIGNERS, WOMEN, CONTEMPORARY, SHOES, HANDBAGS, JEWELRY & ACCESSORIES, BEAUTY, MEN, KIDS, HOME, SALE. A secondary navigation bar includes STORES & EVENTS, GIFTS & GIFT CARDS, and THE REGISTRY. A black banner with white text states: "ENJOY FREE SHIPPING ON ORDERS OF \$100 OR MORE THROUGH JANUARY 2 WITH CODE FREESHIP. ONLINE ONLY." The main body of the banner has a red background. A black diagonal banner across the top of the red area says "ENDS TODAY, JANUARY 2". Below this, the text "ONLINE & IN STORE THE AFTER CHRISTMAS SALE AND CLEARANCE" is written in large, bold, white letters. To the right, a white box contains the text "SAVE UP TO 75%" in large, bold, black letters. Below this, the categories "WOMEN" and "CONTEMPORARY" are listed. Further down, "SAVE 30-50% on select styles." is written, followed by "MEN", "SHOES", and "HANDBAGS". Below that, "KIDS" and "JEWELRY & ACCESSORIES" are listed. At the bottom of the white box, "HOME: SAVE 20-50% on select items" is written.

bloomingdales

DESIGNERS WOMEN CONTEMPORARY SHOES HANDBAGS JEWELRY & ACCESSORIES BEAUTY MEN KIDS HOME SALE

STORES & EVENTS GIFTS & GIFT CARDS THE REGISTRY

ENJOY **FREE SHIPPING** ON ORDERS OF \$100 OR MORE THROUGH JANUARY 2 WITH CODE FREESHIP. ONLINE ONLY.

ENDS TODAY, JANUARY 2

**ONLINE & IN STORE
THE AFTER CHRISTMAS
SALE
AND CLEARANCE**

**SAVE UP TO
75%**

WOMEN CONTEMPORARY

SAVE 30-50% on select styles.

MEN SHOES HANDBAGS

KIDS JEWELRY & ACCESSORIES

HOME: **SAVE 20-50%** on select items

Życzenia

1. Ecommerce

Prezenty popakowane i wysłane. Mikołaj już do Was mknie... A wraz z zamówieniem przyjmijcie od całego zespołu [nazwa firmy] życzenia spokojnych, rodzinnych i ciepłych świąt Bożego Narodzenia oraz Pomyślnego Nowego Roku! Dziękujemy za zaufanie i za to, że jesteście z nami!

Przedświąteczny zakupowy szum już za nami. Promocje zamknięte, wszystkie zamówienia już wysłane. Zgiełk i harmider ucichł. Opanowała nas już świąteczna magia i ciepło, czego w najbliższych dniach życzymy również Tobie i Twoim najbliższym. Samych świątecznych radości i spokoju ducha życzy zespół [nazwa firmy].

2. Edukacja

Odłóż na chwilę książki, zarzuć na kołku naukę. Zasiądź do stołu, świętuj i biesiaduj. Nadszedł czas radości i beztroski, choinek i prezentów. Niech nie braknie Ci szczodrości i dobroci. Wesołych Świąt i samych radości w Nowym Roku życzy [nazwa firmy].

Życzymy, aby Mikołaj okazał się hojny, choinka bujna i pachnąca, a nadchodzący Nowy Rok stał się pasmem samych sukcesów...nie tylko tych naukowych!

3. Finanse i bankowość

Płynności finansowych i zdolności kredytowych, pewniejszych czasów i samej giełdowej hossy życzy zespół [nazwa firmy]. Dziękujemy za zaufanie! Codziennie walczymy o to, aby go nie zawieść.

Poczuj świąteczną atmosferę i zrelaksuj się w gronie najbliższych. Bez obaw, bezpieczeństwo Twoich finansów od zawsze jest naszym priorytetem. Dziękujemy za zaufanie, jesteśmy dumni, że jesteś naszym klientem. Pomyślności w Nowym Roku!

4. Gastronomia i hotele

Nic nie zastąpi świąt Bożego Narodzenia spędzonych w domowej i ciepłej atmosferze. Dlatego nawet nie zamierzamy namawiać Cię na spędzenie ich w naszym hotelu/restauracji. Co innego z Sylwestrem! Życzymy Ci pachnącej choinki, przepysznych potraw i wiele życzliwości oraz rodzinnego ciepła. Ze świątecznym pozdrowieniem – cały zespół [nazwa firmy].

Święta to okres wyśmienitych potraw: korzennego piernika, domowych pierogów, pachnącego barszczu i świeżego karpia w wielu postaciach. Życzymy zatem smacznych Świąt Bożego Narodzenia, mnóstwa pięknych prezentów i słodkiego Nowego roku!

5. Motoryzacja

Spokoju, cierpliwości i szerokości w podróżach świątecznych – życzy cały zespół [nazwa firmy]

Aby samochody były bezawaryjne, a drogi bezpieczne. Wesołych Świąt i samych szerokości w Nowym Roku życzy [nazwa firmy]

Żadnych awarii, opon nie zdercia, tańszego paliwa i zawsze gotowych do biegu koni pod maską. Radosnych świąt Bożego Narodzenia i pomyślności w Nowym Roku.

6. Nieruchomości/Budownictwo

Cichych sąsiadów, pięknych widoków... na przyszłość, dużych przestrzeni i przytulnych wnętrz z okazji nadchodzących świąt Bożego Narodzenia. A Nowy Rok niech będzie obfity w pomyślności i tylko pozytywne niespodzianki.

Spokoju i rodzinnego ciepła, pachnącej choinki, pysznych świątecznych potraw i całe mnóstwo prezentów z okazji Świąt Bożego Narodzenia i samych zawodowych i rodzinnych sukcesów w Nowym Roku.

7. IT/nowe technologie

Życzymy Ci, abyś pod choinką znalazł(a) w tym roku wszystko, o co prosieś (aś) Mikołaja, a Nowy Rok przyniósł mnóstwo ciekawych nowinek. Dziękujemy, że jesteś z nami!

Zbliżają się Święta Bożego Narodzenia – może to dobry czas, by choć na chwilę odpocząć od komputera? Cały zespół [nazwa firmy] życzy Ci wielu radosnych chwil w gronie najbliższych oraz Nowego Roku pełnego samych pozytywnych wrażeń.

8. Sport

Sport to zdrowie – choć w Święta łatwo o tym zapomnieć. Życzymy Ci zatem bardzo zdrowych i dynamicznych Świąt i świetnej kondycji przez cały nadchodzący rok!

Na nadchodzące Święta Bożego Narodzenia życzymy Ci trochę wytchnienia od codziennego biegu, a w Nowym Roku zdobywania najwyższych szczytów i realizacji nawet najbardziej ambitnych planów.

9. Uroda/Zdrowie

Święta to okazja do dawania prezentów ale najcenniejszym prezentem, jaki możemy dostać, jest zdrowie. Życzymy Ci zatem wspaniałych, zdrowych Świąt w gronie najbliższych i jeszcze więcej zdrowia w Nowym Roku!

Święta to piękny czas. Niech podczas świątecznych spotkań z rodziną towarzyszy Ci mnóstwo szczerego uśmiechu a Nowy Rok obfituje w piękne spotkania z pięknymi ludźmi! Przyjmij najserdeczniejsze życzenia od całego zespołu [nazwa firmy] i baw się dobrze w te Święta!

10. Travel

Podróżować jest dobrze, ale nie ma jak Świąta w rodzinnym domu. W te Świąta życzymy Ci ciepłej, radosnej atmosfery a w Nowym Roku – wielu wymarzonych podróży w najodleglejsze zakątki świata. Wesołych Świąt!

Pomysłów na Świąta Bożego Narodzenia może być wiele. Mamy nadzieję, że nadchodzące Świąta i Sylwestra spędzisz dokładnie tam, gdzie sobie wymarzysz, a w Nowym Roku odkryjesz dotąd nieodkryte miejsca. Wesołych Świąt i wysokich lotów w Nowym Roku!

11. Branża FMCG

Świąta już tuż za rogiem. Życzymy Ci, aby wypełniał je zapach makowca i domowego barszczu, przytulne światło choinkowych lampek, a przede wszystkim, miłość i spotkania z najbliższymi. Smacznym Świąt Bożego Narodzenia, mnóstwa pięknych prezentów i słodkiego Nowego Roku!

Szał kupowania prezentów dobiega końca – teraz czas na ich dawanie. Mamy nadzieję, że w te Świąta spełnią się największe marzenia Twoje i Twoich najbliższych. Cały Zespół [nazwa firmy] życzy Tobie i Twojej rodzinie wspaniałych Świąt Bożego Narodzenia i kolejnego pomyślnego roku!

Pięknych Świąt, mnóstwa wymarzonych prezentów i świetnej zabawy w Sylwestra – gdziekolwiek go spędzisz – życzy Ci cały Zespół [nazwa firmy].

12. Moda

To był piękny rok! Z całego serca życzymy Ci, by nadchodzące Świąta były jego równie pięknym podsumowaniem, a Nowy przyniósł mnóstwo modowych – i nie tylko – inspiracji.

Modnej choinki, pięknie przybranego świątecznego stołu uginającego się od przepysznych potraw, a przede wszystkim samych życzliwych ludzi wokół – tego życzy Ci cały zespół [nazwa firmy] na nadchodzące Świąta Bożego Narodzenia. Niech będą piękne!

Masz dodatkowe pytania? Skontaktuj się z nami:



Maciej Ossowski

Dyrektor Działu Edukacji

maciej.ossowski@getresponse.pl

+48 784 639 386



Magdalena Paradowska

New Business Consultant

magdalena.paradowska@getresponse.pl

+48 728 403 323