

Co je newsletter

Poslední aktualizace 1 dubna, 2025

Newsletter je pravidelný e-mailový zpravodaj, který organizace, firmy nebo jednotlivci zasílají svým odběratelům. Nejčastěji obsahuje aktuální informace, novinky, speciální nabídky nebo zajímavý obsah související s konkrétním tématem.

Newslettery se často využívají k marketingovým účelům, budování vztahů se zákazníkem a zvyšování povědomí o značce.

Jak newsletter funguje?

Newslettery se posílají na e-mailové adresy uživatelů, kteří se k jejich odběru přihlásili. K jejich odesílání se obvykle používají specializované platformy, které umožňují správu seznamů odběratelů, personalizaci obsahu a sledování úspěšnosti e-mailových kampaní.

Příklad:

E-shop s oblečením svým zákazníkům rozesílá newsletter s informacemi o sezónních slevách, nových kolekcích a módních trendech. Díky tomu zůstává v kontaktu se svými zákazníky a motivuje je k dalším nákupům.

Jaké jsou hlavní typy newsletterů?

- **Informační newslettery** – sdílejí aktuality, blogové články nebo odborné rady.
- **Marketingové newslettery** – obsahují speciální nabídky, slevové kódy a promo akce.
- **Vzdělávací newslettery ([onboarding](#))** – poskytují užitečný obsah, například tipy na zlepšení produktivity nebo návody.
- **Komunitní newslettery** – propojují členy určité skupiny nebo organizace a sdílí důležité novinky.

Proč je newsletter důležitý?

Newslettery umožňují firmám a organizacím budovat dlouhodobý vztah se zákazníky nebo členy. Výhody zahrnují:

1. **Přímá komunikace** – newsletter dorazí přímo do e-mailové schránky odběratele.

2. **Cílený obsah** – možnost personalizace podle zájmů a chování uživatelů.
3. **Podpora prodeje** – efektivní způsob, jak propagovat produkty nebo služby.
4. **Zvýšení návštěvnosti webu** – newslettery mohou přivádět uživatele na blog, e-shop nebo jiný obsah.

Nástroje pro rozesílání newsletterů

Použití osobního nebo [firemního e-mailu](#) k hromadné rozesílce newsletterů není vhodné, protože e-mailové služby nejsou navrženy pro velké objemy zpráv. Hrozí, že e-maily skončí ve spamu, a opakované rozesílání může poškodit [reputaci IP adresy](#), což vede k nižší doručitelnosti zpráv.

Proto existují specializované **nástroje pro e-mail marketing**, které umožňují efektivní správu kampaní, personalizaci obsahu a sledování úspěšnosti. Mezi nejznámější patří Mailchimp, [Ecomail](#) a [Smartemailing](#).

TIP: Zjistěte více o tom, co je [e-mail marketing](#).

Jak vytvořit efektivní newsletter?

Aby byl newsletter úspěšný, je důležité dodržovat několik zásad:

1. **Zajímavý obsah** – poskytněte hodnotné informace, které odpovídají zájmům vašich odběratelů.
2. **Atraktivní předmět e-mailu** – první dojem rozhoduje o tom, zda si uživatel newsletter otevře.
3. **Optimalizace pro mobilní zařízení** – většina uživatelů čte e-maily na telefonech.
4. **Jasná výzva k akci** – [CTA](#) – např. „Zjistit více“, „Zaregistrovat se“, „Nakoupit se slevou“.
5. **Dodržování GDPR** – newslettery by měly být zasílány pouze uživatelům, kteří s tím souhlasili.

TIP: Připravili jsme pro vás také článek o tom, [jak správně na e-mailing, aby vaše sdělení nekončila ve složce spam](#).

Jak měřit úspěšnost newsletteru?

Úspěšnost newsletterových kampaní se sleduje pomocí několika klíčových metrik:

1. **Míra otevření** ([open rate](#)) – kolik uživatelů e-mail otevřelo.
2. **Míra prokliku** ([CTR](#)) – procento uživatelů, kteří klikli na odkaz v e-mailu.
3. **Konverze** – počet uživatelů, kteří provedli požadovanou akci (např. nákup, registrace).
4. **Odhlášení** – počet odběratelů, kteří se odhlásili z newsletteru.

Sledujte úspěšnost svých newsletterů i dalších reklamních sdělení pomocí nástroje [Mail Klerk](#).

[Chci efektivní e-mailing](#)