

# ZACZNIJ PISAĆ NEWSLETTER



[www.KasiaAleszczyk.pl](http://www.KasiaAleszczyk.pl)

# Po co w ogóle pisać newsletter?

## Kilka słów wstępu dla tych, którzy się zastanawiają...

W erze dynamicznych mediów i natłoku informacji, stworzenie własnego newslettera staje się nie tylko korzystnym posunięciem, ale wręcz niezbędnym elementem skutecznej strategii komunikacji. Newsletter to nie tylko kolejny kanał marketingowy, ale także potężne narzędzie budowania relacji z odbiorcami.

Dzięki własnemu newsletterowi:

1. **utrzymasz zainteresowanie:** wraz z rosnącą konkurencją o uwagę klienta, regularne dostarczanie wartościowych treści sprawia, że marka wyróżnia się w tłumie. Newsletter umożliwia utrzymanie zainteresowania i stałego kontaktu
2. **zbudujesz lojalność:** tworząc dedykowane treści, budujemy nie tylko świadomość marki, ale także silną więź z odbiorcami. Lojalność klienta jest często rezultatem regularnej i wartościowej komunikacji
3. **będziesz się skutecznie komunikować:** newsletter to nie tylko narzędzie promocyjne. To również szybki i bezpośredni sposób przekazywania informacji, nowości czy ofert. W dzisiejszym świecie, gdzie czas jest cennym zasobem, taka efektywność komunikacji jest bezcenna
4. dzięki narzędziom analitycznym, newsletter **pozwała na śledzenie** reakcji odbiorców. To cenne źródło informacji do doskonalenia strategii komunikacyjnej
5. newsletter to **intymne okno** do świata marki. Pozwala na wyrażanie jej charakteru, wartości i unikalności. To szansa na nawiązanie bardziej osobistych relacji.

# Obawy

## przed pisaniem newslettera...

Obawy? Zapewne każdy z nas ma swoje, jednak wierzę, że większość z nich się powtórzy, gdybyśmy tak zaczęli je porównywać. W ebooku rozprawiam się z tymi, które notorycznie słyszę od moich Klientów.

### **Pierwsza – “Czy znajdę czas?”**

To chyba najczęstsza z obaw, bo – wiadomka! – doba ma cały czas 24 godziny, a przynajmniej 6 z nich warto poświęcić na sen. Zła wiadomość jest taka, że nie ma możliwości zmienić tego stanu rzeczy. Lepsza – że jeśli już pisanie newslettera w konkretny czas zaplanujesz – z pewnością czas na niego znajdziesz. Z doświadczenia wiem, że odkładanie spraw na “kiedy znajdzie się wolna chwila” nic nie daje. Ona się nigdy sama nie znajduje. Natomiast wpisanie sobie tej czynności po prostu do zadań do wykonania na konkretny dzień działa!

### **Druga – “O czym mam pisać?”**

Najprościej rzecz ujmując tematyka newslettera naturalnie nawiązuje do tematyki, jaką się na co dzień zajmujesz. I jestem przekonana, że również tego będą oczekiwać Twoi czytelnicy. Co ważne – nie zalecam w każdym mailu li tylko treści sprzedażowych. Dobrze jest najpierw zbudować relację, dając ludziom bezpłatnie konkretną wartość i rozwiązując ich realne problemy, a dopiero z czasem proponować swoje płatne produkty. Wiele osób czuje intuicyjnie, co, kiedy i jak mogą zaoferować swoim odbiorcom. W szukaniu tematyki poszczególnych maili wystarczy nie raz otworzyć swoją skrzynkę mailową, przejrzeć komentarze na blogu, czy w grupach Facebookowych i odpowiadać na pojawiające się tam pytania.

# Jak więc pisać newsletter?

## Trzecia – “Czy ogarnę te wszystkie techniczne sprawy?”

Ogarniesz. To akurat nie jest jakoś mocno skomplikowany proces. W Internecie znajdziesz mnóstwo tutoriali dotyczących technicznej strony organizowania newslettera. Najczęściej wystarczy założyć konto w MailerLite i działać (ich panel tworzenia newsletterów jest bajecznie intuicyjny!) lub skorzystać np. z przygotowanego przeze mnie [kursu online](#). Wierz mi, techniczne kwestie uruchamianie newslettera nie są wcale takie straszne, jak to (naprawdę nie wiem dlaczego) nieraz bywają przedstawiane.

## Czwarta – “Jak ja to wszystko zorganizuję?”

Najlepiej krok po kroku. Myślenie bowiem o całym wielkim projekcie rozpoczynania newslettera może wpędzić Cię w strach czy uczucie przytłoczenia. Moim sposobem na takie większe zadania jest proste dzielenie ich na krótkie etapy i przypisywanie im ram czasowych. Kiedy wiem, co konkretnie i kiedy mam wykonać, łatwiej mi podjąć działanie nawet, jeśli w tzw. międzyczasie wydarzy się coś (a w naszej rzeczywistości związanej z czterema nastolatkami w domu nieprzewidziane pożary wybuchają notorycznie), co wybije mnie z rytmu.

## Piąta – “Czy ktokolwiek będzie chciał się zapisać?”

W tej kwestii wiele zależy od Twojej obecnej sytuacji. Ona zdefiniuje bowiem działania komunikacyjne odnośnie newslettera. Jeśli jesteś na samym początku drogi biznesu online i nie masz jeszcze jakiegokolwiek społeczeństwa zebranej wokół swojej marki przygotuj się na długofalowe działanie.

# Jak więc pisać newsletter?

Każdy zaczyna od jakiegoś zera, więc nie masz co się zamartwiać, że nic się nie dzieje i nikogo na liście subskrybentów nie widać. W takiej sytuacji przygotuj dobry, wartościowy lead magnet i działaj. Informuj o swoim newsletterze i zapraszaj do niego na każdym kroku. Jeśli masz wokół siebie jakąś społeczność – będzie odrobinę łatwiej. Oczywiście również przygotuj wszystko na "tip top", ale w kolejnym kroku już tylko poinformuj swoją społeczność. Ważne – zachęcam do realnego pisania newslettera regularnie już od pierwszego subskrybenta. Również w swoich mailach możesz prosić czytelników o dalsze ich polecanie.

## **Szósta – "Jaki zaoferować lead magnet?"**

Tej obawy łatwo i prosto Ci nie rozwiążę. Odnośnie tematyki lead magnetu (krótkie wyjaśnienie: to taki drobiazg, który oferuje się bezpłatnie tym, którzy zapisują się na Twój newsletter) przyjdzie Ci zorientować się samodzielnie. Najlepiej – podobnie, jak przy wybieraniu tematyki poszczególnych maili newslettera – popytać lub rozejrzeć się i poszukać informacji o tym, co dla Twoich odbiorców będzie wartościowe lub rozwiąże im konkretny problem. Forma lead magnetu będzie zapewne dostosowana do jego treści. Mogą to być: ebooki, checklisty, ilustracje, zdjęcia, tutoriale, mini kursy, wideo, konsultacje itp. Niezależnie, na co się zdecydujesz, warto nad lead magnetem przysiąść i dobrze go przemyśleć. Od niego będzie wiele zależeć w procesie pozyskiwania subskrybentów Twojego newslettera.

# Jak więc pisać newsletter?

## **Siódma – “Czy w ogóle dam radę?”**

Cóż no... Nie wiadomo. I moim zdaniem szalonym byłby ten, kto taką gwarancję by Ci dawał. Wiele zależeć będzie od Ciebie, Twojego nastawienia, Twoich doświadczeń, ale i od zewnętrznych okoliczności życia. Jak w każdym projekcie – warto już od początku pomyśleć o planie “B” lub w ogóle zastanowić się, co zrobisz, jeśli nie wyjdzie. Natomiast jeśli martwisz się, że w przypadku niepowodzenia wydarzy się tragedia, to przybywam z dobrą wiadomością. Nie wydarzy się. Świat będzie istniał dalej, a i Ty życia nie stracisz. Być może ktoś z osób zapisanych już na Twój newsletter się zdziwi, ale z doświadczenia wiem, że w takich sytuacjach wystarczy przesłać zapisanym krótką informację. Zdziwi Cię pewnie, z jakim spotkasz się ze zrozumieniem.

# 5 kroków dobrego newslettera

## Krok 1 -strategia pisania newslettera

Wprowadzenie skutecznej strategii pisania newslettera jest kluczowe dla utrzymania zaangażowania czytelników i skutecznego przekazywania informacji. Oto kilka jej kluczowych kroków:

1. zdefiniuj cel: określ, dlaczego piszesz newsletter. Czy to informowanie o nowościach, promowanie produktów czy budowanie relacji? Klarowny cel pomoże dostosować treść.
2. znajomość odbiorcy: zrozum, kto stanowi Twoją grupę docelową. Dopasuj ton, styl i treści do ich preferencji i potrzeb.
3. regularność i tematyka: ustal stały harmonogram wysyłki. Konsystencja buduje oczekiwania i utrzymuje zainteresowanie czytelników.
4. przejrzysty layout: unikaj zbyt skomplikowanego układu. Zachowaj przejrzystość, dziel treść na sekcje i używaj czytelnych fontów.
5. compelling subject line: zwróć uwagę od razu za pomocą przekonującej linii tematycznej. To pierwsza rzecz, którą czytelnicy zobaczą.
6. jedno kluczowe przesłanie: skoncentruj się na jednej głównej wiadomości. Unikaj zatłaczania newslettera zbyt wieloma informacjami.
7. CTA (Call to Action): wyznacz klarowne CTA, czyli akcje, które chcesz, aby czytelnicy podjęli po przeczytaniu newslettera.
8. personalizacja: dostosuj treść na tyle, na ile to możliwe. Im bardziej czytelnik poczuje, że newsletter jest dla niego, tym większe zaangażowanie.
9. analizuj wyniki: monitoruj statystyki otwarć, kliknięć i reakcji czytelników. To pomoże dostosować strategię do rzeczywistych preferencji odbiorców.
10. rozwijaj się z czasem: nie bój się eksperymentować. Analizuj trendy, reakcje odbiorców i dostosowuj strategię zgodnie z potrzebami.

# 5 kroków

## dobrego newslettera

### Krok 2 - ścieżka Klienta

Projektując ścieżkę Klienta, znów warto kierować się kilkoma kluczowymi zasadami:

1. cel i strategia: zdefiniuj jasny cel sekwencji, czy to zwiększenie sprzedaży, angażowanie odbiorców, czy informowanie, a także rozplanuj kroki sekwencji, od pierwszego maila do ostatniego, uwzględniając etapy klienta
2. personalizacja treści: dostosuj treści do segmentów odbiorców, aby były bardziej spersonalizowane
3. clear Call to Action (CTA): każdy mail powinien zawierać jasne CTA, prowadzące do zamierzonego działania.
4. automatyzacja i timing: ustal optymalne interwały między mailami, aby utrzymać zainteresowanie (zazwyczaj stosuje się 1 dzień między mailami), skorzystaj z narzędzi do automatyzacji wysyłki w odpowiedzi na zachowania odbiorców.
5. testowanie A/B: eksperymentuj i przeprowadzaj testy A/B, aby określić, które elementy sekwencji są najbardziej efektywne.
6. monitorowanie wyników: monitoruj dane dotyczące otwarć, kliknięć i konwersji. Dostosuj sekwencję na podstawie wyników.
7. spójność z brandingiem: upewnij się, że treści, grafiki i ton komunikacji są zgodne z identyfikacją wizualną marki.
8. wartościowa zawartość: każdy mail powinien zawierać treści wartościowe dla odbiorcy.



# 5 kroków dobrego newslettera

## Krok 3 - praca z tekstem

Tworzenie skutecznego newslettera wymaga kombinacji umiejętności pisarskich, kreatywności i strategicznego podejścia. Zdaję sobie sprawę, że nieliczni z nas lubili pisać wypracowania w szkole, ale niech to nie będzie przeszkodą, by zacząć pisać newsletter do swoich Odbiorców.

Działania, które mogą Ci pomóc rozwijać się w umiejętności pisania:

1. ciągle praktykowanie - pisanie dziennika jako regularnego notowania myśli poprawia umiejętność wyrażania się, a zadania pisemne, czyli angażowanie się w różne formy pisemne, od esejów po raporty, rozwija elastyczność pisarską
2. analiza dobrych przykładów - lektura Innych autorów wpływa na zrozumienie różnych stylów pisania, a krytyczna analiza poprawia umiejętność badania struktury, tonu i technik używanych przez doświadczonych pisarzy
3. uczestnictwo w kursach i warsztatach - kursy online oraz lokalne warsztaty pomagają w zdobywaniu nowych technik, natomiast feedback od profesjonalistów pozwala na skuteczną poprawę pisanych tekstów
4. rozwijanie technik edytorskich- samodzielna edycja kształtuje umiejętności edytorskie i zapewnia poznanie podstawowych zasad struktury tekstu, takich jak wprowadzenie, rozwinięcie, zakończenie.
5. eksperymentowanie z różnymi gatunkami - pisanie opowiadań, artykułów, blogów, tworzenie dialogów i skryptów rozwija umiejętności adaptacji do różnych form
6. znajomość odbiorcy - badanie grupy docelowej daje nam zrozumienie odbiorcy i pomaga w dostosowaniu do niego tonu oraz treści, natomiast śledzenie reakcji czytelników pomaga w dostosowywaniu strategii pisarskich
7. równowaga pomiędzy kreatywnością a klarownością - rozwijanie osobistego stylu wzmacnia unikalnego stylu pisarskiego i wpływa na staranność w przekazywaniu myśli w klarowny sposób.

# 5 kroków

## dobrego newslettera

### Krok 4 - przygotowanie sekwencji maili

Pozwól, że nie będę się rozwodzić nad samym wyborem narzędzia do wysyłki newslettera. Założmy, że mi ufasz i zdajesz się na moje doświadczenie, a ono wskazuje jedno. Jedynym słusznym wyborem na start pisania newslettera jest MailerLite (link jest afiliacyjny).

Oczywiście na dobry początek trzeba utworzyć w nim konto i przejść procedurę rejestracji

**Ważne.** Narzędzie służy do masowej wysyłki maili, stąd też jego twórcom zależy na autentyczności i uczciwej wysyłce newsletterów. Dlatego – żeby rejestracja przeszła bezboleśnie – najlepiej spełnić dwa warunki. Po pierwsze – mieć firmę (jeśli nie posiadasz, to trzeba się z MailerLite skontaktować). I po drugie – zarejestrować się z adresu mailowego w firmowej domenie (choć gmail również przechodzi).

### Jak połączyć MailerLite z WordPressem?

Samo połączenie MailerLite z WordPressem jest dziecinnie proste! Najlepiej za pomocą ich oficjalnej wtyczki Official MailerLite Sign Up Forms. Wystarczy – jak to przy instalacji wtyczek bywa – wejść w Kokpit -> Wtyczki -> Dodaj nową. Wyszukać tę wtyczkę na liście, kliknąć Zainstaluj, a następnie Włącz.

Drugim krokiem jest podanie klucza API we wtyczce. Klucz ten znajdziesz w panelu ML:

- wejdź w panelu w menu w prawym górnym rogu w Integrations
- następnie w Developer API, klikając Use
- skopiuj klucz API
- wklej klucz API w ustawieniach wtyczki w kokpicie WordPressa (Kokpit -> MailerLite), kliknij Register i gotowe.

# 5 kroków

## dobrego newslettera

### Co dalej z sekwencją maili?

Teraz wracamy do Twoich notatek z początku pracy nad newsletterem. W nich bowiem masz zapisane, jaką ścieżką planujesz przeprowadzić swojego Czytelnika.

### Wdrożenie planu w życie

To krok, który nie powinien przysporzyć Ci kłopotów. Standardowo ścieżki zapisu na newsletter wyglądają następująco:

- w MailerLite tworzy się formularz zapisu (zakładka Forms -> Embedded Forms)
- w formularzu tym warto określić jego wygląd,
- wpisać treść zachęcającą do zapisu
- oraz checkboxów ze zgodami na newsletter,
- uzupełnić treść i wygląd komunikatu dziękującego za zapis,
- zaznaczyć podwójną weryfikację (tzw. double opt-in),
- zredagować treść maila potwierdzającego zapis,
- utworzyć i wybrać grupę, do której będą zapisywać się Czytelnicy (w zakładce Groups lub podczas edycji formularza)
- i... przejść do Automations!

W zakładce Automations tworzymy pierwszą automatyzację. W niej określasz tzw. trigger, czyli jaka akcja ma wyzwolić automatyczną wysyłkę kolejki maili (np. zapis do konkretnej grupy newslettera) oraz tworzysz kolejne maile, które otrzymają zapisane osoby.

**Ważne.** Aby Automations działało - musisz ją włączyć przesuwając suwak na zielono!

Ostatni krok to umieszczenie formularza w odpowiednim miejscu na stronie www. Możesz to zrobić wklejając kod JavaScript lub HTML w odpowiednie miejsce w WordPressie. Szczegółową instrukcję znajdziesz w edycji formularza.

# 5 kroków dobrego newslettera

## Krok 5 - regularność

Zachowanie regularności w wysyłce newslettera to kluczowy element skutecznej strategii marketingowej. Poniżej kilka powodów, dlaczego warto utrzymywać stały harmonogram publikacji:

1. utrzymywanie zainteresowania: regularne dostarczanie wartościowych treści utrzymuje zainteresowanie odbiorców. Czytelnicy, którzy wiedzą, kiedy spodziewać się kolejnej wiadomości, są bardziej skłonni do subskrybowania
2. budowanie lojalności: stała obecność w skrzynce odbiorczej buduje więź oraz zaufanie z subskrybentami. To kluczowe dla budowania lojalności wobec marki
3. podnoszenie rozpoznawalności marki: regularność działa jak stałe przypomnienie o istnieniu marki. Im częściej odbiorcy widzą wiadomości, tym bardziej zapadają one w pamięć
4. skuteczniejsza komunikacja: newsletter umożliwia natychmiastową komunikację z klientami. Dzięki temu można szybko przekazywać ważne informacje, oferty promocyjne czy nowości
5. analiza skuteczności: regularność ułatwia analizę skuteczności kampanii. Można dokładnie monitorować reakcje odbiorców, co umożliwia dostosowanie strategii
6. wydobywanie trendów: regularne badanie reakcji na newsletter pozwala zidentyfikować trendy i preferencje odbiorców, co może być cenną wskazówką do dostosowywania treści.

Osobiście zdecydowanie skłaniam się do tego, że utrzymywanie regularności w wysyłce newslettera to nie tylko narzędzie marketingowe, ale także sposób na budowanie trwałych relacji z klientami, co w dłuższej perspektywie przynosi korzyści dla rozwoju marki. Dlatego warto traktować pisanie i wysyłanie newslettera jak inwestycję w długofalowy sukces.

# JAK ZACZAĆ PISAĆ newsletter?





WIĘCEJ  
o newsletterze?



[www.KasiaAleszczyk.pl](http://www.KasiaAleszczyk.pl)

SPECIAL OFFER



ONE TIME OFFER!

## Chcesz pisać newsletter, który sprzedaje?

Chcesz zacząć pisać newsletter, ale nie wiesz, od czego zacząć?  
Marzysz o swojej społeczności, ale ciągle coś blokuje Twój start?  
Chcesz poznać i nauczyć się działać w MailerLite?  
Świetnie się składa!  
Kliknij poniżej i dołącz do kursu!

Kurs jest dla Ciebie, jeśli:

- chcesz stworzyć swój pierwszy newsletter,
- chcesz przemyśleć jego tematykę i zaplanować treści,
- chcesz opracować grupę docelową newslettera,
- chcesz nauczyć się tworzyć formularze zapisu,
- chcesz ogarnąć strony lądowania i popup,
- chcesz poprawić konwersję Twojego newslettera,
- chcesz bardziej zaprzyjaźnić się z MailerLite,
- lubisz się rozwijać i poznawać nowe rzeczy.

ŚWIETNIE! DOŁĄCZAM!

