

MARTA MIKOŁAJCZAK

Moneyletter

12 szybkich i sprytnych
pomysłów na

REGULARNĄ SPRZEDAŻ
Z NEWSLETTERA!



CZEŚĆ!

Na wstępie chciałabym Ci bardzo podziękować, że sięgasz po mini e-booka „**Moneyletter – 12 szybkich i sprytnych pomysłów na regularną sprzedaż z newslettera**”! Za każdym razem, gdy moje treści docierają do osób takich jak Ty, jestem przeszczęśliwa! ✨

A jeśli tu jesteś, to znaczy, że **chcesz rozwijać swoją listę mailową** w sposób przemyślany, skuteczny i dopasowany do stylu Twojej marki. Jednocześnie wiesz, jak ważny jest to kanał – **niezależny od innych platform społecznościowych czy algorytmów**.

Dlaczego powstał ten e-book?

Cóż... Przez ostatnie lata we współpracach indywidualnych z moimi klientkami widziałam mnóstwo ambitnych, przedsiębiorczych kobiet z genialnymi ofertami, które próbowały swoich sił z newsletterem. Pisały przez kilka tygodni, czasem nawet miesiące... ale gdy nie widziały efektów – **po prostu odpuszczały**.

I wiesz co? **Wcale im się nie dziwię**.

Ty też masz przecież mnóstwo spraw na głowie,
a jeśli widzisz, że coś, co robisz od dłuższego czasu,
nie przynosi efektów - wkurzasz się i rezygnujesz.

TEN PRZEWODNIK POMOŻE CI TO ZMIENIĆ.

Zebrałam w nim **aż 12 sprytnych sposobów** na to,
jak regularnie sprzedawać, pisząc maile do swoich
subskrybentek.

To drobne elementy, które **możesz wdrażać jeden po drugim** – i obserwować, które z nich działają u Ciebie najlepiej. Bez robienia wielkich kampanii sprzedażowych i bez „wyskakiwania z lodówki” (no chyba, że to lubisz! 😊)

Dlatego jeśli wysyłasz swój newsletter np. raz w tygodniu – **potraktuj te pomysły jako plan działania na 3 miesiące**. Co tydzień coś nowego, a uwierz mi, wystarczą małe zmiany – czasem dosłownie jedna sekcja w mailu – i zobaczysz efekty.

Gotowa? Zaczynamy!

Marta

Spis TREŚCI

01 STOPKA SPRZEDAŻOWA JAKO STAŁA SEKCJA (WERSJA 1)

Kim jesteś, czym się zajmujesz?

02 STOPKA SPRZEDAŻOWA JAKO STAŁA SEKCJA (WERSJA 2)

W czym możesz pomóc / jak możemy współpracować?

03 METODA NA PS

Subtelne wspomnienie o ofercie jako nawiązanie do tematu maila.

04 ZAPIS NA LISTĘ OCZEKUJĄCYCH

Przyjmuj zapisy na swoją listę VIP.

05 RAMKA NA POCZĄTKU MAILA

Czyli zacznij od najważniejszego!

06 CASE STUDY + OPINIE

Pokaż, że to, co robisz, działa – na konkretnych przykładach





Spis TREŚCI

07 WTRĄCANIE INFORMACJI O PRODUKCIE/ USŁUDZE

Sprzedawaj bez „sprzedawania” – czyli pokaż, że masz rozwiązanie.

08 OPEN LOOP I CLIFFHANGER

Czyli jak sprawić, że Twoje czytelniczki będą wprost czekać na kolejnego maila?

09 SEKCJA NA IDEALNE DOPASOWANIE

“Ten produkt/usługa jest dla Ciebie, jeśli...”

10 BANERKI REKLAMOWE

Najprostszy sposób na wyróżnienie oferty i zwiększenie konwersji!

11 LINK DO ZAKUPU WIRTUALNEJ KAWKI (“BUY ME A COFFEE”)

Czyli forma wdzięczności za darmową wartość.

12 PŁATNY NEWSLETTER W MODELU SUBSKRYPCYJNYM

Idealny dla treści premium

JEŚLI JESZCZE SIĘ NIE ZNAMY

Nazywam się **Marta Mikołajczak** i od ponad 3 lat wspieram przedsiębiorczynie w technicznych kwestiach związanych z prowadzeniem biznesu online.

Na co dzień tworzę dla moich klientek systemy, które **ułatwiają ich pracę, zwiększają sprzedaż oraz oszczędzają czas.**

Pomagam m.in. :

- wystartować z newsletterem,
- usprawnić istniejące lejki sprzedażowe lub stworzyć zupełnie nowe ścieżki Twojej klientki
- zadbać o Twoją widoczność w sieci (sklepy online, strony www, platformy kursowe, landing page)
- stworzyć automatyzacje, lejki, rozwiązania zwiększające sprzedaż.

NA DOBRY POCZĄTEK

Tutaj mnie znajdziesz:

- ☛ Co tydzień w newsletterze dla przedsiębiorczyń, które szukają prostych rozwiązań i chcą rozwijać swój biznes z lekkością i pewnością siebie (jesteś już zapisana!).
- ☛ Na moim Instagramie: [@martamikolajczak](https://www.instagram.com/martamikolajczak)
- ☛ Na blogu: martamikolajczak.pl/blog, gdzie znajdziesz odpowiedzi na swoje biznesowe pytania
- ☛ W mini-kursie "[Zamieniam subskrybentki w klientki dzięki mailom](#)", do którego zaproszę Cię na końcu tego e-booka





01

STOPKA SPRZEDAŻOWA JAKO STAŁA SEKCJA (WERSJA 1)

01 Stopka sprzedażowa jako stała sekcja (wersja 1)

KIM JESTEŚ, CZYM SIĘ ZAJMUJESZ

01

CEL

Dzięki tej krótkiej, powtarzalnej sekcji w każdym mailu przypominasz odbiorczyniom **kim jesteś, czym się zajmujesz i dlaczego warto Ci zaufać** – bez nachalnej sprzedaży. To działa szczególnie dobrze, jeśli Twoje subskrybentki dołączają do Twojej listy z różnych miejsc (np. z płatnej reklamy) – **nie każda nowa subskrybentka wie, że jesteś ekspertką od odżywiania, stylizacji, czy strategii biznesowej**. Może kojarzy Cię z Instagrama, a może dołączyła z reklamy, czy poleciła Cię koleżanka. To, co dla Ciebie oczywiste – dla niej wcale takie nie jest.

02

JAK TO DZIAŁA?

Umieść na końcu każdego maila 1–2 zdania o sobie. Krótkie, ale charakterystyczne. **Takie, które od razu pokazują, w czym pomagasz i z jaką energią działasz.**

Nie musisz ich zmieniać co tydzień - możesz przygotować gotowy tekst i wstawić go jako stały blok (np. w szablonie MailerLite). Najlepiej, jeśli opis zawiera konkretny efekt, jaki dajesz klientkom. **Koniecznie podlinkuj swoją stronę, ofertę konsultacji albo produkt, który chcesz w danym momencie sprzedawać.**

03

ŁAP TIPA!

Pomyśl o tym jak o twojej wizytówce w skrzynce mailowej. Nie „kopiuj+wklej” z bio na Instagramie, tylko niech to będzie 1–2 zdania, które **naprawdę oddają klimat Twojej marki.**

PRZYKŁADY ➡

Stopka sprzedażowa jako stała sekcja (wersja 1)

KIM JESTEŚ, CZYM SIĘ ZAJMUJESZ

Kim jestem?

Dominika Czajka - magister dietetyki klinicznej i specjalistka od hormonów. Przez ostatnie 10 lat pomagam kobietom odzyskać równowagę hormonalną. Ponad 620 kobiet zrealizowało swoje marzenie o macierzyństwie dzięki mojemu wsparciu. Jestem jedną z nielicznych dietetyczek, które uwzględniają fazę cyklu menstruacyjnego w planowaniu diet – bo wiem, że hormony to nie teoria, to życie.

Autorka książki *"W harmonii z cyklem"*. Ale najważniejsze jest to, że łączę naukę z praktyką – każdą radę, którą daję, wcześniej przetestowałam na sobie.

Moja misja? Szerzyć świadomość na temat wpływu hormonów na zdrowie i wspierać kobiety w osiąganiu życiowej równowagi. Chcę, żebyś nie musiała przechodzić przez to, co ja – żebyś miała gotowe, sprawdzone rozwiązania zamiast lat prób i błędów.

Jak możemy wspólnie zadbać o Twoje zdrowie hormonalne?

- 👉 Sprawdź mój bestsellerowy e-book *"Żyj zgodnie z cyklem"*
- 👉 Dołącz do ponad 700 kobiet i zadbaj o wyższy progesteron z moim kursem *"Przywróć owulację i podnieś progesteron"*
- 👉 Umów się na [konsultację indywidualną](#)



autorka: Dominika Czajka

Hej! Z tej strony Marta.

Techniczne wsparcie kobiecych biznesów online.

- 👉 Pomagam rozwijać newsletter – od pierwszych kroków po zaawansowane automatyzacje i sprzedaż ([sprawdź szkolenie online](#))
- 👉 Prowadzę Cię w procesie tworzenia lejka sprzedażowego i efektywnego wykorzystania lead magnetu, by wspierały Twój biznes
- 👉 Uruchamiam sklepy online, platformy kursowe i automatyzacje
- 👉 Tworzę landing page – pod zapisy, sprzedażowe i ofertowe
- 👉 Prowadzę konsultacje techniczne z zakresu MailerLite, WordPress, WooCommerce i nie tylko

Masz techniczne wyzwanie? Sprawdź moją [ofertę](#), lub [umów się na konsultację!](#)



autorka: Marta Mikołajczak



Heej, z tej strony Kasia

Tworzę przestrzenie, w których praca nad Twoją energetyką i mindsetem łączy się z konkretnym planem działania i krokami do zrobienia, które prowadzą Cię do Twojego wymarzonego życia i osiągania celów, o jakich nie śniłaś.

Jestem przewodniczką ambitnych kobiet, które są gotowe iść po swoje!!!

Pracuj ze mną Biznes by Design: [mentoring 1:1 TUTAJ](#)

Umów się na rozmowę wstępną tutaj: [WYPEŁNIJ ANKIETĘ](#)

Masterclass Zarabiaj jak Ty: [kup tutaj za 88 zł](#)

autorka: Kasia Borkowska

Cześć, tu Monika Wrona

Kiedyś ścisnęło mnie w gardle na samą myśl o rozmowie z klientem. Dziś po trzech certyfikacjach, prowadzeniu działu sprzedaży i 15 latach w zawodzie wiem, jak pomóc Ci pokonać ten impas.

W Akademii Sprzedaży nie uczysz się sztuczek tylko uczysz się siebie, komunikacji, sprawczości. Sprzedaż staje się Twoją siłą, nie źródłem stresu.

[Zapraszam Cię na bezpłatną konsultację – porozmawiajmy, czy to moment na Twoją transformację.](#)

A jeśli się zdecydujesz, masz moją 100% gwarancję satysfakcji.



autorka: Monika Wrona

02

STOPKA SPRZEDAŻOWA JAKO STAŁA SEKCJA (WERSJA 2)

Stopka sprzedażowa jako stała sekcja (wersja 2)

W CZYM MOŻESZ POMÓC / JAK
MOŻEMY WSPÓŁPRACOWAĆ?

01

CEL

Ta sekcja to nieśmiałe, ale skuteczne zaproszenie do współpracy. Absolutnie nie chodzi tutaj o bezpośrednią sprzedaż i przycisk “KUP TERAZ” – jest to po prostu przypomnienie, że **tworzysz nie tylko bezpłatne treści edukacyjne, ale również masz konkretną płatną ofertę.**

To szczególnie ważne, gdy czytelniczki regularnie czytają Twoje maile, ale jeszcze nie skojarzyły, że mogłyby... po prostu zapłacić za pomoc, **zamiast samodzielnie zmagać się z trapiącym je problemem.**

02

JAK TO DZIAŁA?

Dodaj na końcu maila dodatkową sekcję – najlepiej w formie 3–4 krótkich podpunktów lub zdań, które **jasno pokazują, w czym możesz pomóc.**

Niech to będzie praktyczne i dostosowane do tego, co chcesz aktualnie promować – możesz rotować tę sekcję co kilka tygodni, albo przygotować 2–3 wersje na różne okresy sprzedaży w Twoim biznesie.

Nie sprzedajemy tu nachalnie – po prostu przypominamy, że jesteś specjalistką, z którą można (i warto) współpracować.

03

ŁAP TIP!

Możesz przygotować sobie prosty szablon, np. **Jeśli potrzebujesz pomocy z [X] – sprawdź moją [ofertę / konsultację / mini kurs].** I zmieniać tylko jego końcówkę – w zależności od tego, co promujesz.

PRZYKŁADY ➡

Stopka sprzedażowa jako stała sekcja (wersja 2)

W CZYM MOŻESZ POMÓC / JAK
MOŻEMY WSPÓŁPRACOWAĆ?

Jak mogę Ci pomóc?

- ★ Skorzystaj ze współpracy indywidualnej 1:1
- ★ Sprawdź mojego ebooka "Trądzik już nie rządzi"
- ★ Pokonaj bolesne miesiączki i PMS'a z jesiennym jadłospisem

autorka: Joanna Kluk

Jak mogę Ci pomóc?

- 🚀 Kultowy kurs: [Sesja Wizerunkowa z AI w 15 min!](#)
- 🚀 Kurs Notion Stwórz swój "drugi mózg" w Notion! [Kurs + gotowe szablony](#)
- 🚀 Chcesz pracować ze mną 1:1? [Wypełnij ankietę - przygotowuję wyjątkową ofertę](#)
- 🚀 Postaw stronę sprzedażową w kilka minut! [Poznaj szablony i opinie!](#)

autorka: Ania Króliczek

Sprawdź, jak możemy współpracować

Stworzenie
strony www

Opieka nad
stroną

Szkolenie 1:1 z
e-mail
marketingu

Dołącz do
PROklikanego
Klubu

Sprawdź
warsztaty

Zleć mi
newsletter

autorka: Klaudia Łapa



Chcesz ze mną pracować?

1. Sprawdź moje produkty cyfrowe [TUTAJ](#).

2. Opisz swoje wyzwanie prawne, a ja powiem, jak możemy Ci pomóc.

Jak to zrobić? Odpisz po prostu na tego maila! :)

autorka: Katarzyna Krzywicka

03

METODA NA PS



Metoda na PS

SUBTELNE WSPOMNIENIE
O OFERCIE JAKO NAWIĄZANIE
DO TEMATU MAILA

01

CEL

PS to jedno z najlepiej konwertujących miejsc w mailu.

Dlaczego? Bo sporo osób skanuje wiadomości – i często zanim przeczytają całość, zerkają właśnie na nagłówek, jakąś grafikę po drodze i... trafiają na końcówkę maila.

To miejsce możesz sprytnie wykorzystać, żeby nawiązać do tematu wiadomości i delikatnie **zaprosić do sprawdzenia swojej oferty**. Genialnie sprawdzi się również jako open loop (otwarta pętla), która zwiększy otwieralność kolejnej wiadomości (która być może będzie właśnie mailem sprzedażowym?)

02

JAK TO DZIAŁA?

Po zakończeniu głównej treści maila, dodajesz jedno zdanie PS, które:

- nawiązuje do tematu maila
- subtelnie podsuwa Twoją płatną ofertę
- zaprasza do działania (kliknięcia, otwarcia kolejnego maila)

Dzięki temu mail ma naturalną kontynuację – nie kończy się pożegnaniem “do następnego!”, tylko daje odbiorczyni coś więcej z możliwością pójścia o krok dalej.

03

ŁAP TIP!

Masz już gotowe kilka newsletterów do przodu? Przejrzyj je i sprawdź, do czego możesz dołożyć PS z Twoją ofertą lub w jaki sposób te maile możesz powiązać ze sobą. **Pamiętaj:** PS nie musi sprzedawać – ma zaciekać. Czasem wystarczy podsunąć trop :)

PRZYKŁADY ➡



Metoda na PS

SUBTELNE WSPOMNIENIE O OFERCIE JAKO NAWIĄZANIE DO TEMATU MAILA

🚀 PS Specjalnie dla Ciebie jako czytelniczki mojego newslettera przygotowałam ofertę na najnowszy kurs o budowaniu relacji i zaangażowania w newsletterze, które naturalnie prowadzą do sprzedaży z maili - **możesz go sprawdzić pod tym linkiem tylko przez kilka dni!**

autorka: Marta Mikołajczak

P.S. A tutaj: <https://kasiaborkow.pl/nagranie-szkolenia> obejrzysz nagranie wczorajszego szkolenia! Był sztos, serio!

autorka: Kasia Borkowska

PS.

⚡ Nie żartujemy. Przed nami, **jeszcze w tym miesiącu kampania do #AUTOPILOTA**, w ramach której udostępniemy Ci nigdy wcześniej nie publikowane treści i insighty o zarabianiu w dzisiejszym pokręconym świecie. Już nie mówiąc o ofercie dołączenia do 7-mej edycji tego programu wraz z bonusami i zniżką tylko dla osób z listy zainteresowanych. **Możesz być na tej liście klikając tutaj.**

autorki: Katarzyna Żbikowska i Monika Filarowska z #DigitalGirls

Kasia

*P.S. A może chciałabyś ze mną pracować 1:1 indywidualnie? Pozostało 1 miejsce do współpracy. **TUTAJ** znajdziesz ofertę.*

autorka: Kasia Borkowska

04

ZAPIS NA LISTE OCZEKUJĄCYCH

Zapis na listę oczekujących

PRZYJMUK ZAPISY NA
SWOJĄ LISTĘ VIP!

01

CEL

Zapis na listę oczekujących (albo do listy VIP) to **świetny sposób na budowanie napięcia przed premierą nowej oferty** – kursu, konsultacji, produktu czy pakietu usług.

Wystarczy, że wspomnisz: „Planuję coś nowego, jeśli interesuje Cię ten temat – zapisz się tutaj”. To tworzy efekt: **„to coś wyjątkowego – nie chcę przegapić”**.

Co więcej – taka lista pozwala Ci segmentować zainteresowane osoby i później wysłać do nich **dedykowaną komunikację sprzedażową**, która może się różnić od komunikacji do całej bazy mailowej.

02

JAK TO DZIAŁA?

Wystarczy, że wspomnisz o liście oczekujących w treści maila lub w stopce. Może to być jedno zdanie w stylu: **“Jeśli chcesz jako pierwsza dowiedzieć się o [nowej ofercie / starcie kursu / kolejnej edycji], dołącz do listy oczekujących!”** To idealne rozwiązanie, jeśli dopiero pracujesz nad ofertą, ale już teraz chcesz zacząć zbierać osoby realnie zainteresowane.

Link może prowadzić do:

- ankiety w Google Forms
- stworzonej przez Ciebie strony typu “thank you page” + podpisanej automatyzacji wewnętrznej, która skopiuje subskrybenta do odpowiedniej grupy po kliknięciu w ten link.

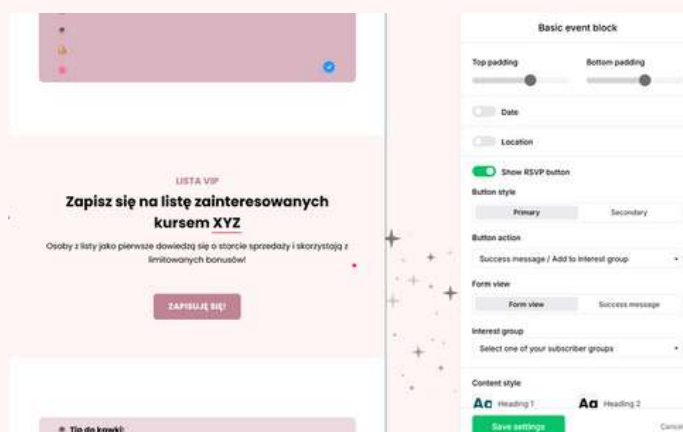
Zapis na listę oczekujących

PRZYJMIJ ZAPISY NA
SWOJĄ LISTĘ VIP!

02

JAK TO DZIAŁA?

Możesz również skorzystać z wbudowanego w Mailerlite bloku event:



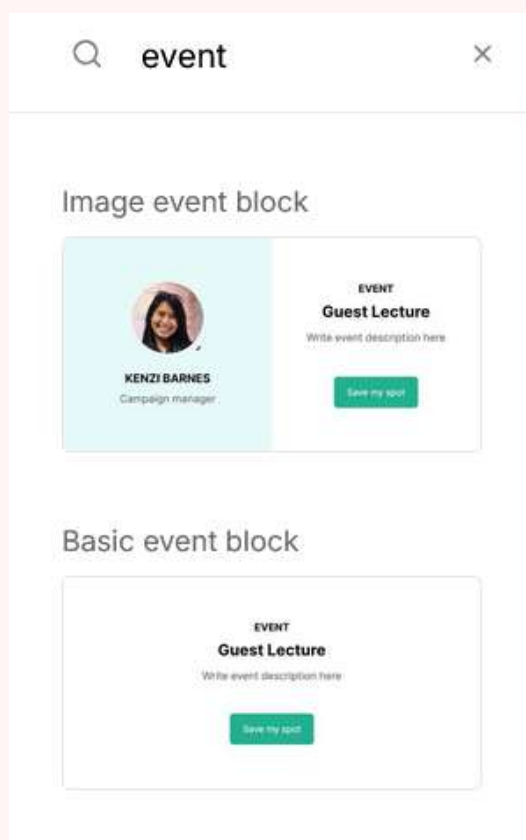
03

ŁAP TIP!

Możesz użyć tej metody także listy VIP do mniej oczywistych rzeczy:

- lista VIP na limitowane konsultacje (np. poinformujesz o nowych terminach osoby zapisane na listę)
- zapis dla zainteresowanych przed kolejną edycją wyzwania
- lista dla tych, którzy chcą przetestować nowy produkt cyfrowy - gdy wprowadzasz nowy produkt do swojej oferty, warto pomyśleć o gronie testerów.

W skrócie? Jeśli planujesz coś fajnego – **najpierw zbierz społeczność, która naprawdę czeka**. A jeśli masz gotowy lead magnet – koniecznie dodaj opcję zapisu na listę oczekujących np. na ostatniej stronie Twojego PDFa!



PRZYKŁADY ➡



Zapis na listę oczekujących

PRZYJMUJ ZAPISY NA
SWOJĄ LISTĘ VIP!

Grupy, z którą zrealizujesz to, co od miesiący odkładasz.

Z którą przegadasz pomysły, znajdziesz rozwiązania i odzyskasz jasność w głowie. A co najważniejsze – zamiast tylko planować, zaczniesz działać!

Zrealizuj więcej w 3 miesiące, niż inni robią w rok!

Wypełniam niezobowiązujące zgłoszenie!

Nad czym możesz pracować w mastermindzie?

autorka: Monika Serkowska

Dlatego w naszej najnowszej edycji programu **#AUTOTRIAL** (nabór rozpoczniemy jeszcze w tym tygodniu i potrwa tylko 5 dni) nauczymy Cię właśnie tego:

Jak projektować ścieżki klienta tak, żeby marketing robił za Ciebie tę najtrudniejszą część roboty.

Żebyś nie zastanawiała się, jak kogoś „przekonać”, tylko żeby Twoja komunikacja, Twoje treści i Twoje procesy naturalnie prowadziły ludzi do zakupów.

Wystarczy, że klikniesz poniżej (niezobowiązująco), a wskoczysz na listę osób, które jako pierwsze otrzymają naszą ofertę specjalną z ogromną zniżką i bonusami 📩

CHCĘ WIEDZIEĆ PIERWSZA

autorki: Katarzyna Żbikowska i Monika Filarowska z #DigitalGirls

Ale zanim to nastąpi – mam dla Ciebie coś specjalnego.



Zapisz się na listę zainteresowanych Kursem

Osoby z listy otrzymają:

🌟 **2 darmowe lekcje z kursu** (dzień przed premierą),

🔒 **sekretny kod rabatowy**, którego nie udostępnię na Instagramie ani stronie,

👤 dostęp do startu z wyprzedzeniem, **aby odebrać niespodziankę dla pierwszych 5 osób**

Zapisuję się na listę zainteresowanych

autorka: Julia Ławrynowicz

A person is seen from behind, sitting at a wooden desk and working on a laptop. The laptop screen displays a social media profile page with a circular profile picture and several posts. To the left of the laptop, a pair of glasses rests on a pink notebook. The background is a plain, light-colored wall.

05

RAMKA NA POCZĄTKU MAILA

Ramka na początku maila

CZYLI ZACZNIJ OD
NAJWAŻNIEJSZEGO

01

CEL

Nie każdy ma czas czytać cały mail – i to jest OK.

Dlatego warto już na początku dać swoim czytelnikom znać, o co chodzi i co dla nich masz. **Taka ramka działa jak skrót najważniejszego – łapie uwagę i pozwala szybko zdecydować: „czytam dalej” albo „klikam od razu”.**

Możesz w niej umieścić:

- link do oferty
- przypomnienie o zapisach
- mini podsumowanie treści maila
- CTA, które zachęca do kliknięcia jeszcze zanim ktoś zacznie czytać dalej.

02

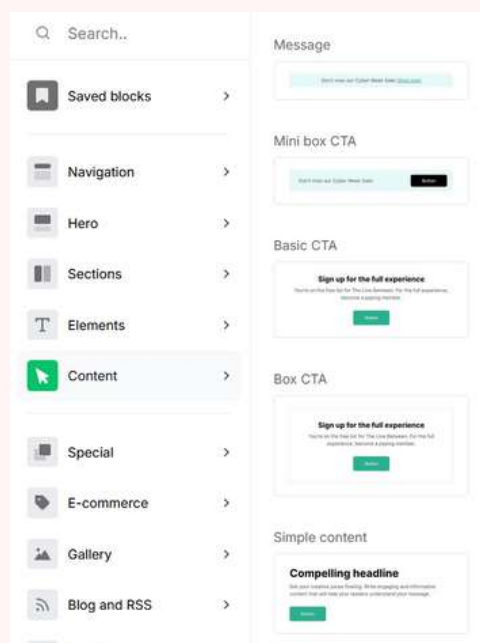
JAK TO DZIAŁA?

Na samej górze maila – nad wstępem lub grafiką – **dodajesz wyraźny blok lub ramkę z najważniejszym komunikatem, który przyciąga wzrok.** Możesz użyć koloru tła, pogrubienia, emotek – tak, żeby ta sekcja od razu się wyróżniała.

Taki komunikat nie musi być długi – liczy się konkretny przekaz i zachęta do działania. W Mailerlite możesz to zrobić za pomocą:

- bloku z tłem
- boxa z ramką
- bloku z przyciskiem
- zwykłego boxa tekstowego z kolorem i pogrubieniem

Skorzystaj z tych bloków:



Ramka na początku maila

CZYLI ZACZNIJ OD
NAJWAŻNIEJSZEGO

03

ŁAP TIP!

Nie musisz wrzucać ramki w każdym mailu. Ale jeśli chcesz, żeby coś na pewno zostało zauważone – to idealne miejsce.

To może być:

- polecenie darmowego materiału do pobrania
- ważna aktualizacja
- przypomnienie o liście oczekujących
- przypomnienie o trwającej kampanii sprzedażowej

PRZYKŁADY



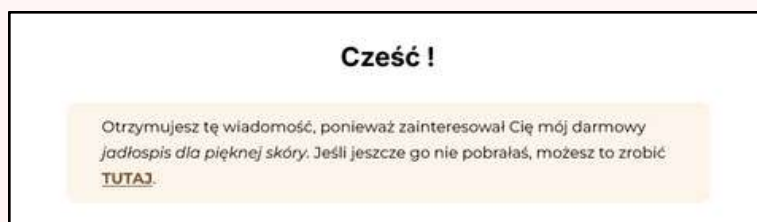
autorka: Kasia Borkowska



autorka: Kasia Borkowska



autorki: Katarzyna Żbikowska i Monika Filarowska z #DigitalGirls



autorka: Joanna Kluk



06

CASE STUDY & OPINIE

01

CEL

Opinia jednej zadowolonej klientki może zdziałać więcej niż cały akapit sprzedażowy, nawet jeśli poświęcisz wiele godzin na jego przygotowanie.

Najlepiej sprawdzi się tutaj realna historia, emocje, zmiana, rezultat.

To właśnie robią dobrze przygotowane:

- opinie (krótkie, emocjonalne cytaty)
- case studies (czyli minihistorie: co było → co zrobiliście → co się zmieniło)

To pozwala Twojej odbiorczyni zobaczyć siebie w tej historii. Myśli sobie w tym momencie: „Mam tak samo!” → „Może to też zadziała u mnie?”

02

JAK TO DZIAŁA?

W mailu możesz umieścić:

- screen z opinią
- fragment wiadomości od klientki z cytatem
- fragment odpowiedzi z ankiety w Google Forms

Nie zapomnij o **pogrubieniu** tego, co najważniejsze oraz **podkreśleniu emocji**: co ta osoba czuła przed współpracą z Tobą/skorzystaniu z produktu, a co po, jak zmieniło się jej życie

03

ŁAP TIP!

Utwórz na telefonie/dysku folder “zadowolone klientki” - zbieraj tam screeny i cytaty, wiadomości pełne zachwyty, a nawet swoje przemyślenia o współpracy. Dzięki temu gdy będziesz ich potrzebować – **wszystko masz pod ręką**

PRZYKŁADY ➡

Case study & opinie

POKAŻ, ŻE TO, CO ROBISZ, DZIAŁA – NA KONKRETNICH PRZYKŁADACH

Zobacz, efekty moich Pacjentek i Kursantek:

CO MÓWIĄ MOJE
PACJENTKI I TESTERKI
KURSU?

SPRAZDAM PROMOCJE NA BLACK WEEK

autorka: Julia Ławrynowicz

Oto, co mówią dziewczyny z poprzednich edycji:

presję czasu 😊 to zawsze jestem pod wrażeniem, jak szybko znajdujesz rozwiązanie na każdą naszą wątpliwość i pytanie (bo dotyczy się nie tylko 1:1, ale też Q&A). To tylko potwierdza Twoją wiedzę, umiejętności i doświadczenie 😊

Katarzyna Borkowska po każdym spotkaniu z Tobą głowa paruje! 😊 Super, że potrafisz naprowadzić, ale jednocześnie zostawiasz przestrzeń na własne decyzje. Wszystko popierasz konkretnymi przykładami, więc nie mam poczucia, że tak ma być, bo tak, tylko dokładnie wiem, dlaczego. Dzięki temu otwierają mi się kłapki w głowie i potem mam mnóstwo przemyśleń. Na początku

1 / godz. Lubię to! Odpowiedz

Celestyna Grobelna
Mimo tego, że są to krótkie spotkania, to zawsze otrzymuję cenne i bardzo konkretne wskazówki do dalszej pracy 😊

Pamiętaj o kodach zniżkowych!

- dla płatności jednorazowej -500 zł w każdej opcji dołączenia na hasło specjalistka
- dla płatności ratowej -300 zł w każdej opcji dołączenia na hasło specjalistkaraty

DOŁĄCZAM DO KOLEKTYW 5

autorka: Kasia Borkowska

Dlatego mam dla Ciebie propozycję! Zamiast oglądać kolejną rolkę w social mediach, po której będziesz czuła się psychicznie tylko gorzej, zajrzyj do naszego **EBOOKA: "Idziemy po milion"**, w którym opisujemy Ci stronę po stronie, jak ruszyć z miejsca, kiedy rzeczywistość Cię przytłacza i masz wrażenie, że nie ogarniasz, podczas gdy inne osoby i marki, które obserwujesz w sieci świętują sukcesy, które i Tobie się marzą.

Oj tak! Duzo by tu mówić. Czuje się jak uczeń, który non stop miał złe oceny i odkrył w końcu dobrego nauczyciela i dobrą książkę. Z jednej strony ciężko, bo widzę co robiłam źle. Z drugiej strony w końcu wiem jakie błędy popełniałam i co mogę poprawić. Wielka ulga i ogromna inspiracja. I widzę, że nie jestem w tych problemach sama, co podnosi morale 😊

Anna
Super e-book, totalnie warty kupienia. Nie dość, że czyta się jak świetną powieść dramatyczno-romantyczną, to jeszcze kilka kawałków, w których nieźle się uśmiałam (dzięki za to!), a rozdział o webinarach-wow! Po kilku zdaniach czułam tak zainspirowana, jakbym sama wyszła z webinaru u Dziewczyn 🙌

ODBIERAM ZNIŻKĘ NA EBOOKA

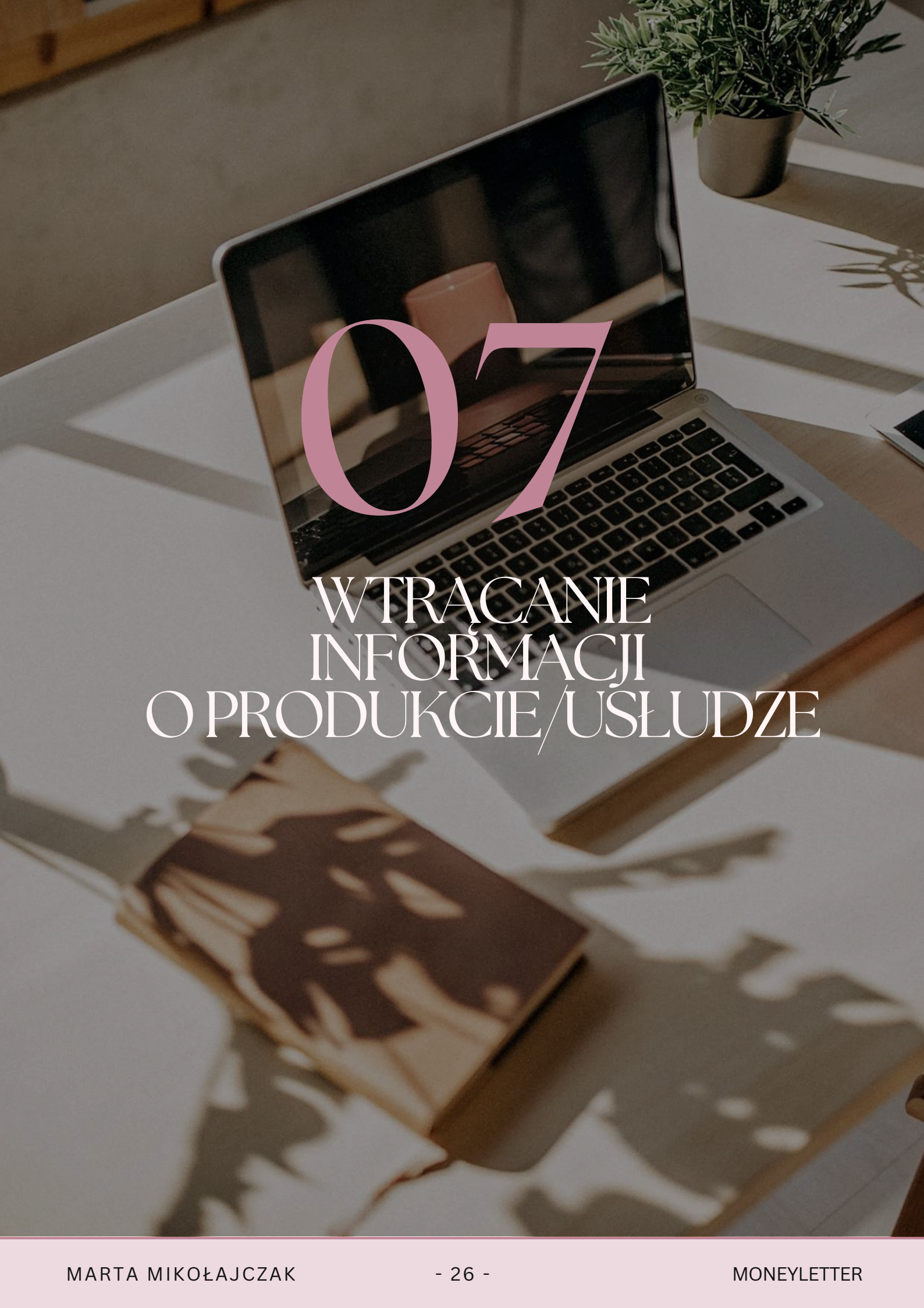
autorki: Katarzyna Zbikowska i Monika Filarowska z #DigitalGirls

Kiedy robiłam podsumowanie mojego wyzwania **WOWboarding Bootcamp**, zauważyłam, że to nie tylko moja historia. Na wyzwanie zapisało się 85 osób (z czego jestem mega zadowolona!) i wiem z wiadomości, które dostałam, że część uczestniczek naprawdę skorzystała z tego, co przygotowałam. Zresztą, zobacz sama:

Sylwia, chciałam Ci bardzo podziękować za wyzwanie. Zrobiłam wszystkie zadania, ułożyłam sobie plan i już nawet zaczęłam realizować kolejne działania. Zrobiłam to, czego nie umiałam przed ostatnich kilka miesięcy 😊 bardzo Ci dziękuję i gratuluję!!! 🙌🙌🙌🙌

Kasia Łubian 19 sie
do ja
wow, ale mięsko 🍗 super!! <3

autorka: Sylwia Borowik

A photograph of a laptop on a white desk. A large, pink, stylized number '07' is overlaid on the laptop screen. In the background, there is a small potted plant and a cup of coffee. The scene is lit with soft, natural light, creating shadows on the desk.

07

WTRACANIE
INFORMACJI
O PRODUKCIE/USŁUDZE

Wtrącanie informacji o produkcie/usłudze

SPRZEDAWAJ BEZ
„SPRZEDAWANIA” – CZYLI
POKAŻ, ŻE MASZ ROZWIĄZANIE

01

CEL

Nie każda wiadomość musi być sprzedażowa, ale... prawie każdą wiadomość możesz sprytnie wykorzystać, żeby subtelnie **przypomnieć o swojej ofercie**. Czasem wystarczy jedno zdanie, wtrącenie, PS albo dopisek „jeśli chcesz więcej → to znajdziesz w [produkcie/usłudze]”. Nie musisz od razu pisać całej sekwencji maili sprzedażowych. **Chodzi o naturalne wtrącenie oferty tam, gdzie to logiczne i idealnie pasujące.**

Ważne, by było to naturalne przedłużenie tematu maila – odpowiedź na myśl, która pojawia się u odbiorczyni w trakcie czytania: „To jest ciekawe, chcę więcej!”.

02

JAK TO DZIAŁA?

Zacznij od końca – czyli od oferty, którą chcesz przy okazji zaprezentować.

- Co chcę dziś sprzedać?
- Jaka oferta jest teraz dla mnie najważniejsza?
- Z czym ma wyjść z tego maila moja czytelniczka – co ma kliknąć, co zapamiętać, czym się zainteresować?

Dopiero mając tę odpowiedź, przechodzisz do reszty:

- dobierasz temat wiadomości,
- szukasz historii lub przykładu,
- budujesz narrację tak, by naturalnie zmierzała do Twojego produktu lub usługi.

Dzięki temu prowadzisz czytelniczkę krok po kroku w stronę rozwiązania, którego naprawdę potrzebuje. **Wpleć wzmiankę o swojej ofercie bez rozwijania całego wątku.** To może być:

- jedno zdanie w środku maila
- PS na końcu
- mini polecenie linku w kontekście danego tematu

Wtrącanie informacji o produkcie/usłudze

SPRZEDAWAJ BEZ
„SPRZEDAWANIA” – CZYLI
POKAŻ, ŻE MASZ ROZWIĄZANIE

03

ŁAP TIPA!

Zrób sobie listę tematów i powiązanych z nimi produktów/usług. Wtedy będzie Ci dużo łatwiej automatycznie „podrzucać” linki i CTA tam, gdzie pasują. Nie chodzi o wciskanie – chodzi o **naturalne zaproszenie do płatnych ofert, w których rozwijasz dany temat.**

PRZYKŁADY

Chcesz więcej?

Skorzystaj z nagrania: **Rozmowa sprzedażowa f*ck yes!**

czyli wszystko, czego potrzebujesz, żeby przeprowadzić rozmowę, dzięki której zaczniesz pozyskiwać klientki z lekkością!

Skorzystaj z tej oferty i sprawdź, jak łatwo prowadzić rozmowy z potencjalnymi klientkami!

- skrypt rozmowy sprzedażowej, dzięki któremu stworzysz swój własny szablon rozmowy,
- przykładowa rozmowa sprzedażowa z dodatkowymi uwagami, dzięki którym z pewnością przeprowadzisz kolejną rozmowę nagranie wideo + audio przykładowej rozmowy,
- red flagi, czyli wszystkie powody, dla których nie powinnaś podejmować współpracy z potencjalną klientką,
- przykładowy formularz wstępny, który da Ci wszystkie odpowiedzi, jakich potrzebujesz.

(W wygodnej formie audio i materiałów do pobrania, do wdrożenia w 30 minut!)

PRZEJDŹ TUTAJ, ABY SKORZYSTAĆ

autorka: Kasia Borkowska

W ramach naszej współpracy, stworzyła kilka sekwencji, które świetnie uzupełniają jej ścieżkę klienta:

- ścieżka follow-up dla osób kończących jej flagowy program,
- ścieżka lead magnet, w której lead magnetem był mini kurs online, kierująca do sprzedaży jej programu,
- ścieżka evergreen dla osób, które przeszły przez jej lead magnety z celem zbudowania zaufania poprzez strategicznie przygotowane maile,
- ścieżka do listy osób zainteresowanych jej programem - krótka ale potrzebna do early bird jej oferty,
- ścieżka sprzedażowa jej flagowego programu, który jest dostępny 2x rok, z mailami przygotowanymi na 14 dni sprzedaży (co 2 dzień).

Dzięki tej pracy moja klientka ma wszystko, czego potrzebuje aby nie tylko przyciągać górę lejka (sekwencja lead magnet), budować relacje (evergreen), ale też sprzedawać i to wielokrotnie (sekwencja sprzedażowa + follow-up dla klientów).

A to wszystko w 12 tygodni!

Pozostaje tylko testować, dodać reklamę i przyjmować nowych klientów do swojego biznesu! Jestem mega wdzięczna, że mogłam do tego wyniku delikatnie przyłożyć swoją rękę.

(Jeśli też chciałabyś stworzyć ścieżkę mailową, bądź sekwencje mailowe, zapisz się **TUTAJ**. Możliwość płatności w częściach)

autorka: Kasia Borkowska

🔥 **Piszemy o tym w naszym najnowszym e-booku "Potulne już byliśmy" 🙌 (tutaj możesz go kupić ze zniżką dla Czytelniczek newslettera).**

Nasi bliscy często chcą nas wspierać i chronić - robią coś wręcz przeciwnego. Chcą nas ochronić przed trudnościami, ryzykiem i "opłakanyimi skutkami niewłaściwych decyzji" i... przerywają na nas swój strach.

autorki: Katarzyna Żbikowska i Monika Filarowska z #DigitalGirls

A woman with long dark hair, wearing a dark patterned vest over a black top, stands on a balcony with a black metal railing. She is holding a smartphone up to take a photo of a cityscape with orange-tiled roofs under a hazy sky. The background is slightly blurred.

08

OPEN LOOP & CLIFFHANGER

CZYLI JAK SPRAWIĆ, ŻE TWOJE
CZYTELNICZKI BĘDĄ WPROST
CZekać NA KOLEJNEGO MAILA

01

CEL

Ciekawość to potężna siła, a umiejętnie stosowane otwarte pętle i cliffhangery to sposób na to, by Twój newsletter był jak dobra książka czy ulubiony serial – **coś, czego wprost nie możesz przegapić!** To technika, która nie tylko zwiększa otwieralność kolejnych wiadomości, ale też pomaga budować zaangażowanie i zaufanie, które prowadzi do sprzedaży.

02

JAK TO DZIAŁA?

Dobre zakończenie maila może być brakującym elementem, który sprawi, że Twoi subskrybenci będą:

- częściej otwierać Twoje wiadomości,
- bardziej angażować się w Twoją komunikację,
- postrzegać Twój newsletter jako wartościowy ciąg treści, a nie pojedyncze oderwane wiadomości.

To mały krok, który może dać ogromny efekt – jak ulubiony serial, do którego wraca się co tydzień.

To może być:

- zapowiedź kolejnego maila (→ wzrost open rate!)
- niedopowiedziana historia, którą dokończysz za tydzień
- pytanie, które zostaje w głowie
- wskazanie, że w kolejnym mailu będzie kontynuacja ważnego tematu lub konkretny bonus

CZYLI JAK SPRAWIĆ, ŻE TWOJE
CZYTELNICZKI BĘDĄ WPROST
CZekać NA KOLEJNEGO MAILA

03

ŁAP TIP!

UWAGA! Jeśli otwierasz pętlę – koniecznie ją domknij w kolejnym mailu - to znaczy dokończ temat, który rozpoczęłaś. Nasz mózg nie lubi niedokończonych spraw. **Brak zamknięcia pętli nie tworzy napięcia** – tylko frustrację. Twoje odbiorczynie mogą poczuć się rozczarowane i przestaną Ci ufać.

PRZYKŁADY

PS Już za tydzień otrzymasz 3 sprawdzone strategie, które pomogą Ci zautomatyzować pozyskiwanie klientek z newslettera. Każda z nich działa trochę inaczej – i każda sprawdzi się na innym etapie rozwoju biznesu. **Koniecznie otwórz maila ode mnie w przyszły wtorek** 📧

autorka: Marta Mikołajczak

Wiem, że zastanawiasz się nad tym, czy to jest ścieżka współpracy dla Ciebie - [umów się na rozmowę](#), lub dołącz tutaj ↓

Skorzystaj z zaproszenia

P.S. W kolejnym mailu zaproszę Cię za kulisy takich współprac i tego, jak pracujemy w mentoringu.

autorka: Kasia Borkowska

Masz pytanie?

Napisz do mnie.

Monika

Ps. W następnym newsletterze zdradzę Ci dlaczego nie obserwuję konkurencji.

autorka: Monika Serkowska

A photograph of a desk setup in front of a large window. On the desk is a silver laptop, a brown ceramic mug, a small potted plant with green leaves, and a notebook with a brown cover. The window shows a blurred view of a city. Overlaid on the image is the number '09' in a large, pink, serif font, and the text 'SEKCJA NA IDEALNE DOPASOWANIE' in a white, serif font.

09

SEKCJA NA IDEALNE
DOPASOWANIE

Sekcja na idealne dopasowanie

**"TEN PRODUKT/USŁUGA
JEST DLA CIEBIE, JEŚLI..."**

01

CEL

Nie wiem, czy wiedziałaś, ale bardzo się różnimy między sobą, jeśli chodzi o podejmowanie decyzji zakupowych. Są różne typy osoby zakupowej i do każdego typu będą trafiały inne komunikaty. **Niektórzy podejmują decyzję pod wpływem impulsu** - przeczytają kilka pozytywnych opinii i już czują, że muszą to mieć. Inni - wręcz przeciwnie. **Potrzebują przeczytać wszystkie punkty w sekcji najczęściej pojawiających się pytań i odpowiedzi (FAQ), przeanalizować wszystkie za i przeciw.**

I tak samo warto pamiętać o tym, że nie każda osoba na Twojej liście jest gotowa kupić od razu – ale wiele z nich zastanawia się: „czy to na pewno dla mnie?”. Sekcja typu „To dla Ciebie, jeśli...” **pomaga Twojej odbiorczyni się zdecydować** – bo daje jej konkretne punkty odniesienia. A co równie ważne – od razu **odsiewa te osoby, które nie są gotowe** (albo po prostu nie są idealnymi klientkami).

Dodatkowy bonus? Twoja komunikacja zyskuje na autentyczności i zaufaniu – bo zamiast mówić „to dla każdego!”, pokazujesz jasno, dla kogo to NIE jest, co pozwala Ci uniknąć klientów z przypadku, którzy odejdą z rozczarowaniem.

02

JAK TO DZIAŁA?

Tworzysz prostą listę punktów zaczynających się od:

✓ „To jest dla Ciebie, jeśli...”

✗ „To NIE jest dla Ciebie, jeśli...”

Możesz też użyć innej formy: „Sprawdź, czy to brzmi znajomo”, „Ten kurs wybierają osoby, które...”, „To działa najlepiej dla osób, które...”.

Ciekawą opcją jest również przedstawienie wizji przyszłości: **co się stanie w ciągu 30, 60 90 dni od dołączenia do tego kursu/programu.**

Sekcja na idealne dopasowanie

"TEN PRODUKT/USŁUGA
JEST DLA CIEBIE, JEŚLI..."

03

ŁAP TIPA!

To miejsce możesz też wykorzystać do **wykluczenia osób, które nie są Twoimi idealnymi klientkami** – dzięki temu unikniesz zwrotów, frustracji i pytań w stylu „czy to zadziała, jeśli...?”.

PRZYKŁADY

 **Co wydarzy się w ciągu tygodnia:**

- Zrobisz audyt swojego newslettera i zobaczysz, gdzie już dzisiaj uciekają Ci pieniądze i potencjalni klienci.
- Zrobisz przegląd swoich lead magnetów i ścieżek po nich.
- Dopasujesz lead magnety do swoich celów na ten rok.
- Wyliczysz potencjał zarabiania na swojej liście mailowej i dokładnie dowiesz się, co robić dalej.

 **Co wydarzy się w ciągu miesiąca:**

- Stworzysz ścieżkę klienta w swoim newsletterze i będziesz miała w końcu plan na prowadzenie klientów.
- Przygotujesz automatyzację po-zakupową w swoim sklepie (jeśli masz sklep).
- Stworzysz krótką ścieżkę upsell/downsell do swojej najbardziej popularnej oferty.
- Rozpiesz maile do ścieżki evergreen i zaczniesz je tworzyć.

autorka: Kasia Borkowska

Czy nasz kurs #AKTYWACJA jest dla Ciebie?

 **Tak, jeśli...**

-  **Sprzedajesz swoją wiedzę, doświadczenie lub proces** – prowadzisz konsultacje, warsztaty, kursy, mentoring, coaching, sesje terapeutyczne, a Twoja oferta to Ty w pigułce.
-  **Nie wiesz, ile to powinno kosztować** – i od tygodni tkwisz w rozroku między „nie chcę, żeby było za drogo” a „nie mogę już dłużej pracować za grosze”.
-  **Masz poczucie, że to, ile bierzesz, mówi coś o Twojej wartości** – i czasem czujesz się naga, podając swoją cenę.
-  **Chcesz przestać pytać innych: „A ile Ty byś za to wzięła?”** – i zamiast tego podejmować decyzje z poziomu swojej wewnętrznej pewności.
-  **Masz już ofertę, ale boisz się ją pokazać światu z tą „nową” ceną** – a Twoje serce trochę przyspiesza na samą myśl o „podwyżce”.
-  **Słyszałaś już kiedyś: „To za drogo” albo „A mogłabyś zrobić taniej?”** – i nie wiesz, jak to przyjąć, żeby nie rozsypać się w środku.
-  **Nie chcesz tylko afirmacji i energii, ale też konkretnych narzędzi** – chcesz sprawdzić liczby, zaplanować strategię i zobaczyć realny kierunek.
-  **Masz dość czekania na „idealny moment” albo „energetyczny skok kwantowy”** – jesteś gotowa na rzeczywiste działanie, które daje efekty.

autorki: Katarzyna Żbikowska i Monika Filarowska z #DigitalGirls

TEN PRODUKT NIE JEST DLA...

- ✗ Tych, którzy podróżują wyłącznie krajowo – większość protokołów dotyczy dalekich podróży i zmian stref
- ✗ Ludzi szukających „magicznej pigułki” – to wymaga minimalnego wysiłku i konsekwencji
- ✗ Perfekcjonistów sabotujących się stresem – którzy będą się katować za każde odstępstwo od planu
- ✗ Osób oczekujących teoretycznej wiedzy – to praktyczny przewodnik, nie podręcznik endokrynologii
- ✗ Tych, którzy nie lubią konkretnych instrukcji – każdy protokół ma precyzyjne dawkowanie i timing

autorka: Dominika Czajka



10

BANERKI REKLAMOWE

Banerki reklamowe

NAJPROSTSZY SPOSÓB NA
WYRÓŻNIENIE OFERTY
I ZWIĘKSZENIE KONWERSJI

01

CEL

Banerki graficzne działają jak wizualne wezwania do działania – przyciągają uwagę i kierują do konkretnej oferty, kursu lub produktu. To szczególnie skuteczne rozwiązanie dla osób, które są **wzrokowcami i szybciej wyłapią obrazy niż sam tekst**.

02

JAK TO DZIAŁA?

Baner osadzony w newsletterze pełni funkcję przycisku CTA, ale jest bardziej angażujący i widoczny.

Najczęściej umieszcza się go:

- na końcu maila (np. po edukacyjnej treści),
- w środku (jako przerywnik lub alternatywa dla linku tekstowego),
- jako sekcja w nagłówku – w kampaniach sprzedażowych.

Możesz użyć go jako:

- wizualnego podsumowania oferty,
- wyróżnienia ograniczonej promocji (np. rabatu, końca sprzedaży),
- stałego elementu, który pojawia się cyklicznie w mailach z serii.

PRZYKŁADY ➡

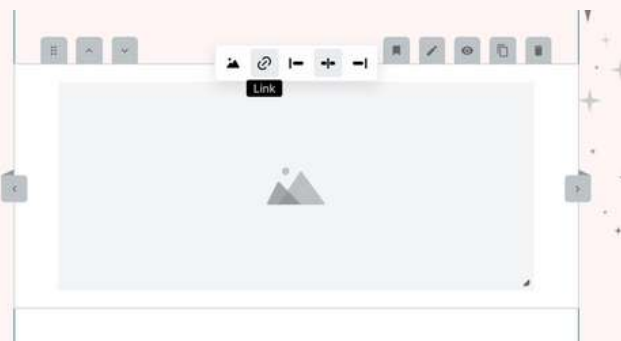
Banerki reklamowe

**NAJPROSTSZY SPOSÓB NA
WYRÓŻNIENIE OFERTY
I ZWIĘKSZENIE KONWERSJI**

03

ŁAP TIP!

Nie zapomnij o podlinkowaniu
Twojej oferty! Zrobisz to
w ustawieniach sekcji z obrazkiem:



PRZYKŁADY



autorka: Kasia Borkowska



autorka: Dominika Czajka



autorka: Joanna Kluk



LINK DO ZAKUPU WIRTUALNEJ KAWKI

Link do zakupu wirtualnej kawki

(“BUY ME A COFFEE”), CZYLI
FORMA WDZIĘCZNOŚCI ZA
DARMOWĄ WARTOŚĆ

01

CEL

Zachęcenie subskrybentów do okazjonalnego wsparcia Twojej twórczości – **bez konieczności zakupu produktu czy usługi**. Świetne rozwiązanie, jeśli dzielisz się darmową, wartościową treścią, ale nie chcesz opierać wszystkiego wyłącznie na sprzedaży.

02

JAK TO DZIAŁA?

W stopce maila lub po głównej treści umieszczasz banerek / krótki akapit z linkiem do platformy typu:

- Buy Coffee <https://buycoffee.to>,
- Buy Me a Coffee <https://buymeacoffee.com/>,
- Patronite <https://patronite.pl/>

Potraktuj to raczej jako zaproszenie, a nie obowiązek - odnoś się do konkretnych treści: „Jeśli ten newsletter Ci pomógł, możesz postawić mi wirtualną kawkę tutaj → [link]”

03

ŁAP TIP!

Dodaj lekki, osobisty kontekst przy kawce. Zamiast samego linku, napisz 1–2 zdania, dlaczego „postawianie kawy” coś dla Ciebie znaczy – np. że to Twój rytuał pracy nad newsletterem, że zbierasz na nowy mikrofon, albo że dzięki tym kawkom newsletter pozostaje bezpłatny. **Ludzie chętniej wspierają, kiedy wiedzą, co za tym stoi.**

PRZYKŁADY 

Link do zakupu wirtualnej kawki

("BUY ME A COFFEE"), CZYLI
FORMA WDZIĘCZNOŚCI ZA
DARMOWĄ WARTOŚĆ



**Lubisz moje
newslettery?**

Jeśli tak, chętnie wzniosę za to kawowy
toast! Ty stawiasz? 😊

STAWIAM KAWĘ

autorka: Dorota Sierakowska

**Podoba Ci się ten newsletter?
Chodź na wirtualną kawkę ;)**

**Napijmy się kaw
ki Łapa!**

autorka: Klaudia Łapa

A woman with long dark hair, wearing a white t-shirt and blue jeans, is sitting in a dark green armchair. She is facing away from the camera, looking towards a large window on the right. The room is dimly lit, with light coming from the window. There are some plants, including a large green one on the left and some dried grasses in a vase in the center. A small black tripod on a wooden stool is visible near the window. The text '12' is in large pink letters, and the title is in white serif font.

12

PŁATNY NEWSLETTER W MODELU SUBSKRYPCYJNYM

Płatny newsletter w modelu subskrypcyjnym

IDEALNY DLA TREŚCI PREMIUM

01

CEL

Ten model pozwala monetyzować wiedzę i doświadczenie poprzez regularne wysyłanie płatnego newslettera w modelu subskrypcyjnym.

Sprawdza się świetnie, jeśli:

- masz już markę osobistą z zaangażowaną społecznością,
- masz zbudowaną liczną bazę w newsletterze, gdzie dostarczasz wartościowe darmowe treści i chcesz wprowadzić ich rozszerzoną wersję w formie płatnej.

To naturalny kolejny krok dla Twoich odbiorców – **zwłaszcza jeśli budujesz z nimi relację opartą na zaufaniu.**

02

JAK TO DZIAŁA?

Tworzysz płatny newsletter (w całości lub jako rozszerzenie darmowej wersji). Subskrybenci płacą miesięczną lub roczną opłatę, a Ty dostarczasz im regularną treść – najczęściej 1–4 razy w miesiącu.

Ważne: zadbaj o konkretną obietnicę wartości – co dokładnie zyskają odbiorcy? (np. aktualności branżowe, narzędzia, wsparcie, wiedzę techniczną, inspiracje do działania)

03

ŁAP TIPA!

Zacznij od modelu „**freemium**” – najpierw przyciągnij odbiorców darmową wersją newslettera, a później zaproponuj przejście na wersję premium. Możesz też co jakiś czas przypominać o płatnej opcji w sekcji na końcu darmowego maila (np. „chcesz więcej takich treści?”).

PRZYKŁADY ➔

Płatny newsletter w modelu subskrypcyjnym

IDEALNY DLA TREŚCI PREMIUM

Cena: 49,00 zł

ManiLetter
Twórczyni: **Natalia Kondraciuk**

ManiLetter to jedyny i jedyny newsletter, który tworzy i prowadzi ekspertka z 10-letnim doświadczeniem.

Czy uzyskasz dzięki ManiLetter?

- ✓ Najbardziej skuteczną wiedzę techniczną i najnowszą wiedzę o trendach
- ✓ Praktyczne porady marketingowe i budowanie marki, od podstaw
- ✓ Materiały dodatkowe - które naprawdę działają
- ✓ Książkę promocyjną na temat Twojej marki
- ✓ Szkolenie eksperckie i strategię rozwoju
- ✓ Wsparcie eksperckie i strategię rozwoju
- ✓ Zniżki specjalne (100% wartości)

Dane kontaktowe

Adres email *

Imię *

Nazwisko *

☐ Chcę otrzymywać fakturę

Płatność

Karta

Przelew24

BLIK

Konta

Numer karty *

1234 1234 1234 1234

Data ważności *

MM / RR

Kod CVC *

Kod CVC

autorka: Natalia Kondraciuk



autorka: Klaudia Łapa



autorka: Natalia Kondraciuk

Newsletter Dietetyka oparta na faktach

Otrzymuj najnowsze informacje ze świata nauki, na temat dietetyki i suplementacji, prosto na skrzynkę e-mail

WERSJA FREE

- Mail raz w tygodniu
- Omówienie 1 najnowszej publikacji z praktycznym komentarzem

WERSJA PREMIUM

- Mail raz w tygodniu
- Omówienie 6-10 najnowszych publikacji
- Dostęp do archiwum
- Dostęp do bazy wiedzy z posregramowanymi treściami
- Dostęp do dodatkowych materiałów (nagrania, mini-ebooki)
- Informacje o darmowych wydarzeniach ze świata dietetyki
- Niespodzianki

Dołącz teraz

Sprawdź szczegóły

www.dietetykaopartanafaktach.pl

Otrzymuj najnowsze informacje ze świata nauki, na temat dietetyki i suplementacji, prosto na skrzynkę e-mail

SUBSKRYPCJA MIESIĘCZNA
49 PLN

DOŁĄCZ TERAZ

www.dietetykaopartanafaktach.pl

MAMY TO!

Właśnie poznałaś 12 sprytnych sposobów na to, jak regularnie sprzedawać z newslettera. **Teraz czas na kolejny krok — Twój głos w mailach.**

Dziś nie wystarczy już wysłać co tydzień „wartościowych maili”. Subskrybentki kupują nie dlatego, że wiedzą więcej. **Jest jeszcze jeden element, bez którego nawet najlepsze pomysły nie zadziałają.**

TY.

Twój sposób mówienia, opowiadania historii, prowadzenia czytelniczki od maila do maila.

Bo dziś subskrybentki nie kupują tylko wiedzy — **kupują energię, spójność i zaufanie.**

Jeśli czujesz, że chcesz nauczyć się pisać newsletter, który zamienia subskrybentki w klientki — **mam dla Ciebie zaproszenie.**

ODBIERAM ZAPROSZENIE



MINI KURS



Zamieniaj Subskrybentki w Klientki

DZIEKI MAILOM!



"Moneyletter" to był pierwszy krok.

Mini-kurs pomoże Ci poukładać fundamenty newslettera, znaleźć swój styl pisanie i nauczyć się tworzyć maile, które budują relację, autorytet i sprzedaż - **a to niezbędne do tego, aby subskrybentki powiedziały "TAK!" Twoim płatnym ofertom.**

~~147 zł~~
97 zł



DOŁĄCZAM ZA 97 ZŁ!



Oferta jest ważna przez kolejne 4 dni*