

Harmonogram SMS kampaně

30 dní příprav • 5 kroků • vše pod kontrolou

Vzorový plán pro e-shopy a B2C služby. Přizpůsobte jej své nabídce a segmentům.

01**28.–30. 10.****TEASER • 4 TÝDNY PŘEDEM**

Probudte zvědavost. Připravte stránku akce, dokončete sběr kontaktů a rozešlete první ochutnávku.

**02****20. 11.****VIP PŘEDPRODEJ • 1 TÝDEN PŘEDEM**

Oslovte věrné zákazníky přednostní nabídkou. Nastavte samostatný VIP segment a platnost akce.

**03****27. 11.****BLACK FRIDAY • DEN D**

Spustte hlavní nabídku. Ověřte funkční odkaz, dostupnost zboží a přehledný nákupní proces.

**04****29. 11.****POSLEDNÍ ŠANCE • NEDĚLE**

Připomeňte konec hlavní akce o půlnoci. Vyřadte zákazníky, kteří už nakoupili.

**05****30. 11.****CYBER MONDAY • DRUHÁ ŠANCE**

Oslovte nenakupující. Nabídněte nový výběr produktů nebo speciální bonus pouze pro pondělí.



Před naplánováním ještě zkontrolujte

- | | |
|---|--|
| ☐ Souhlasy a snadné odhlášení | ☐ Dobitý kredit a jméno odesílatele |
| ☐ Ověřené odkazy a měření prokliků | ☐ Testovací SMS bez překlepů |
| ☐ Segmenty a vyloučení kupujících | ☐ Termíny odeslání a kapacitu e-shopu |

TIP: Na jednoho příjemce plánujte zpravidla 2–4 relevantní SMS, ne celou sérii bez rozdílu.