6 DOBRYCH PRAKTYK

BUDOWANIA RELACJI

Z KLIENTEM W SIECI

KARHU
KARHU
KARHU

michał sadowski

michał sadowski brand24	Remove
michał sadowski to parówa	Remove
michał sadowski instagram	Remove
michał sadowski dyzma polskiego internetu	Remove
michał sadowski 9cm w porywach	Remove
michał sadowski jak go zablokować?	Remove
michał sadowski internety robię	Remove

W LICZBACH

PODSUMOWANIE

Kluczowe metryki opisujące Brand24 jako biznes.

1.05M

MRR

Monthly Recurring Renue
by the end of Q2 2020

3 091

ACTIVE CUSTOMERS

Number of active clients
by tnd of Q2’20

14.5M

12M REVENUE

Total consolidated revenues
for last 12M (LTM at the end of Q2’20)

65%

GLOBAL MRR

% of MRR coming outside Poland
in Jun 2020

3.3M

REVENUE

Total consolidated revenues
for Q2’20

122

COUNTRIES

We serve clients
across 122 countries

SPRZEDAJEMY PRZEZ

CAŁE ŻYCIE

Począwszy od wizerunku

Na Fejsie

Na żywo.

[redacted] • 2:47 PM

Dzień dobry,

Szukam nowych wyzwań. Jestem doświadczonym managerem z 8 letnim doświadczeniu w branży doradczej. Czy znalazłby Pan chwilę żeby zerknać na mój profil i powiedzieć czy znalazłoby się coś u Państwa?

Pozdrawiam,
Krzysztof

Super Oferta

Inbox × NoCRM ×

[redacted] 11:47 AM (2 hours ago)

to michal

Szanowny Panie/Pani,

Tworzę innowacyjny produkt, który Pana/Panią zainteresuje. Mój numer tel to [redacted], proszę o telefon - podam szczegóły.

Pozdrawiam,
Tomasz

[redacted]

[redacted]

Dzień dobry,

Od ponad 7 lat wspieram firmy w prowadzeniu dla nich projektów rekrutacyjnych na stanowiska specjalistyczne i managerskie związane z obszarem inżynierii, produkcji, rozwoju, łańcucha dostaw, sprzedaży i marektingu czy IT i księgowości.

Reprezentuję firmę rekrutacyjną [redacted] : Myślimy o sobie jako o grupie specjalistów, a nie wyspecjalizowanej firmie.

Jestem przekonana, że nasza oferta wpisze się w Państwa oczekiwania zarówno jakościowe jak i budżetowe.

Poszukujecie obecnie doświadczonych osób?
Pod jakim numerem telefonu mogłabym się z Panem skontaktować?
Możemy chwilę porozmawiać na temat ewentualnej współpracy?

[redacted]

[redacted]

[redacted] • 1:25 PM

Dzień dobry,

obecnie wprowadzamy na rynek zupełnie nowe rozwiązanie: dodatek cyfrowy dla pracowników o nazwie [redacted], umożliwiający pracodawcy finansowanie/dofinansowanie do posiłków zamawianych bezpośrednio przez [redacted] (można go też wykorzystywać przy organizacji posiedzeń Zarządu, "pizzowych czwartków", webinarow, bądź dla osób robiących nadgodziny itp.) - niezależnie od tego, czy pracownicy są w biurze czy na home office.

Coraz więcej firm decyduje się na takie rozwiązanie, bo - jak się okazuje - niewiele osób korzysta teraz z karty multisport, czy biletów do teatru.

Pomyślałam więc, że napiszę w tej sprawie - może to zainteresuje kogoś w Państwa firmie.

Chętnie odpowiem na wszystkie pytania, jeśli widać pole do współpracy.

Pozdrawiam

Coby Chin

Helping Professionals Leverage Linkedin To Book 20+ Sales Opportunities Eve...

Sales Navigator Aug 12

Coby Chin

Quick Question Michal

Hi Michal!

I just came across {{COMPANY_NAME}} searching through and it really left a strong impression on me. Are you interested in finding more clients right now?

I ask because I help companies just like yours land more clients by leveraging Linkedin to attract and book 20+ high-end business and sales opportunities directly in their calendars every month, using a secret method I call Relationship-Based Marketing aka "The RBM Formula."

„Więcej słuchania, mniej nawijania.”

Sadko Kebabelho

„Dobry kebs piecze dwa razy”

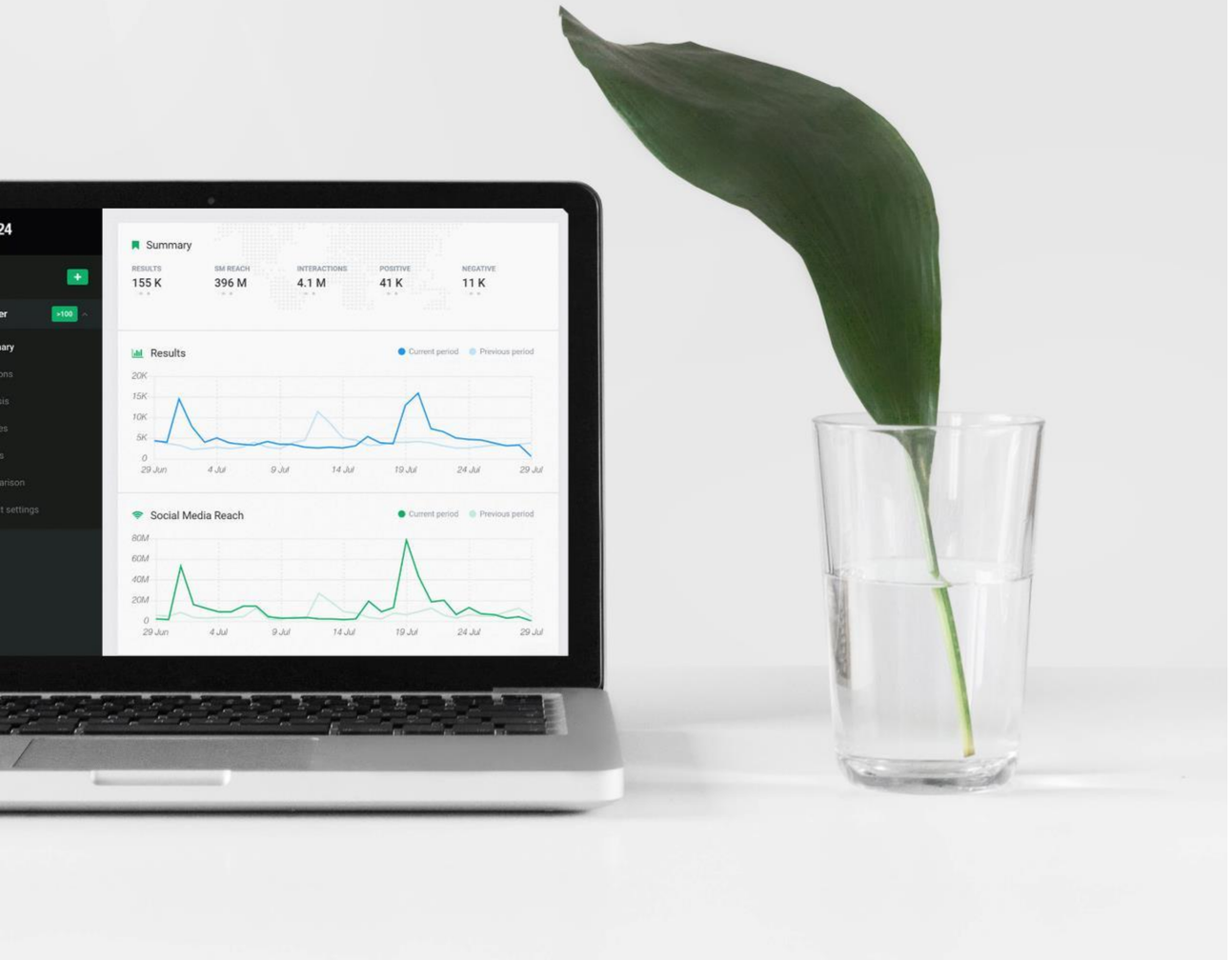
Mahatma Gandhi

Nobody is more persuasive than a good listener

— Dale Carnegie —

WIELKI TEST

KOMUNIKACJI



W I E L K I T E S T

KOMUNIKACJI MAILOWEJ

Największe testy A/B w historii Brand24. Sprawdziliśmy dwa, drastycznie różne style komunikacji z klientem. Test przeprowadzono na 18,000 kont testowych.

T E S T K O M U N I K A C J I

NADAWANIE vs SŁUCHANIE

TRYB NADAWANIA

Tryb nadawania nie zadawał pytań, a jedynie „nagłaśniał” wybrane funkcje naszego produktu, korzyści, przewagi.

VS

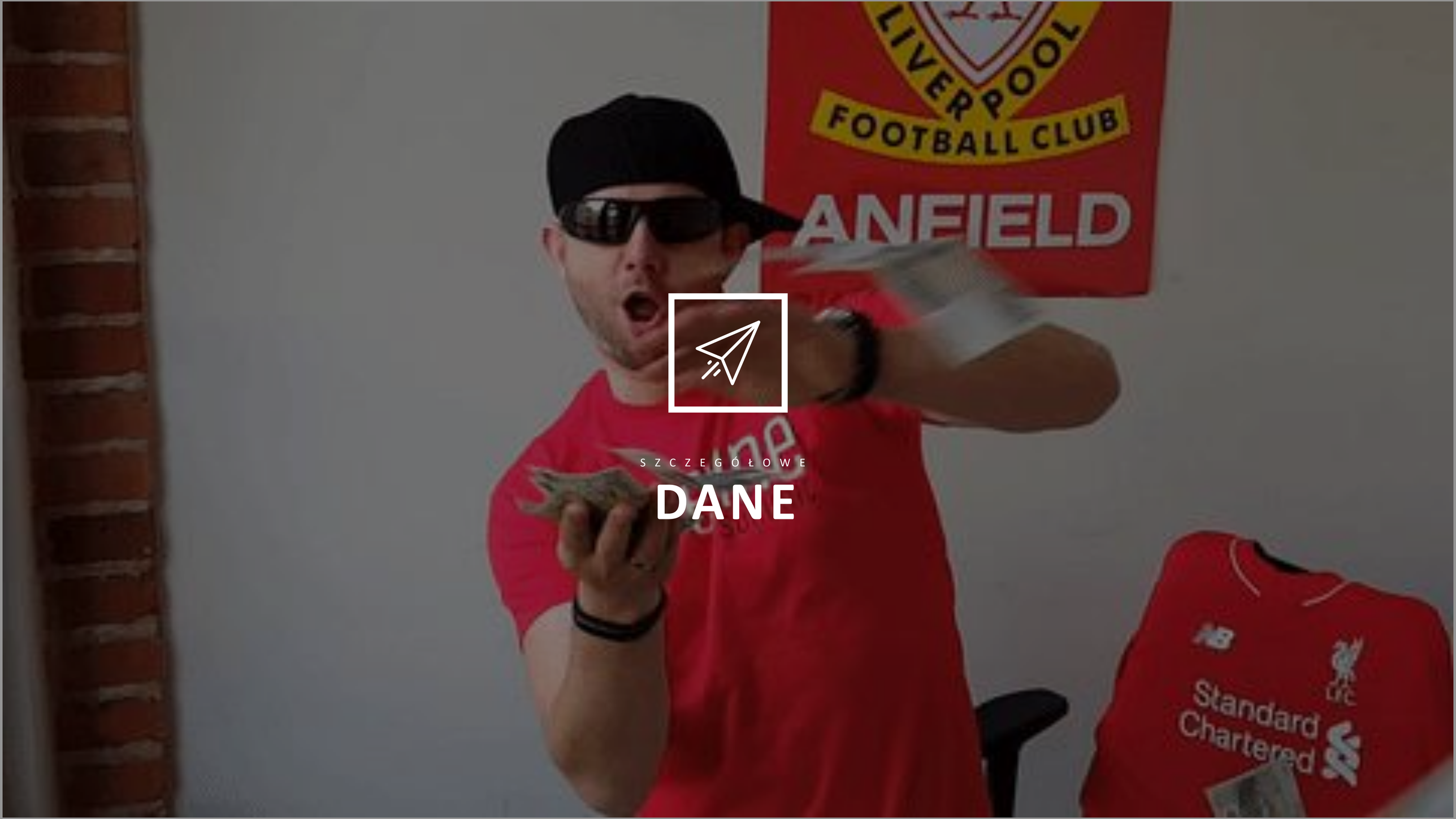
TRYB SŁUCHANIA

Tryb pytań koncentrował się na zbieraniu informacji zwrotnej. Ciągłym zadawaniu pytań.

Tryb słuchania wygenerował **o 20% wyższą sprzedaż** niż tryb nadawania.

WYNIKI TESTU

20 KURDE PROCENT.



SZCZEGÓŁOWE

DANE

Dashboards

[A/B Test] .COM - Intercom

AGGREGATION Day | TIMERANGE After 08/03/2020

GROUP A

103 SPRZEDAŻE

Przy 9395 kontach testowych, które otrzymały komuikację w wersji A

VS

GROUP B

121 SPRZEDAŻY

Przy 9239 kontach testowych, które otrzymały komuikację w wersji B

ZŁOTY KEBAB 2020

[A/B Test] .COM - Intercom

AGGREGATION: Day
TIMERANGE: After 08/03/2020

GROUP A

Users Nr
9.409

Unsubscribed
1.193

Unsub Rate
12,68 %

Group A - Channel Stats (Rates Based on Sent)

	Message Channel	Message Sent	Message Opened	Open Rate	Message Hit Goal	Hit Goal Rate	Message Clicked	Click Rate	Message Unsubscribed	Unsub Rat
1	email	128.684	25.370	19,71 %	9.679	7,52 %	1.494	1,16 %	1.266	0,98 %
2	inapp	9.062	5.978	65,97 %	1.831	20,21 %	131	1,45 %	0	0,0 %

GROUP B

Users Nr
9.151

Unsubscribed
819

Unsub Rate
8,95 %

Group B - Channel Stats (Rates Based on Sent)

	Message Channel	Message Sent	Message Opened	Open Rate	Message Hit Goal	Hit Goal Rate	Message Clicked	Click Rate	Message Unsubscribed	Unsub Rat
1	email	81.495	19.639	24,1 %	2.239	2,75 %	535	0,66 %	866	1,06 %
2	inapp	8.934	5.869	65,69 %	2.564	28,7 %	170	1,9 %	0	0,0 %

Emails Stats

Emails Sent
128.684

Emails Opened
25.370

Open Rate
19,71 %

Emails Sent
81.495

Emails Opened
19.639

Open Rate
24,1 %

Emails Opened
25.370

Emails Clicked
1.494

Click Rate
5,89 %

Emails Opened
19.639

Emails Clicked
535

Click Rate
2,11 %

[A/B Test] .COM - Intercom

AGGREGATION: Day
TIMERANGE: After 08/03/2020

GROUP A

GROUP B

Emails Stats

Emails Sent: 128.684	Emails Sent: 81.495
Emails Opened: 25.370	Emails Opened: 19.639
Open Rate: 19,71 %	Open Rate: 24,1 %
Emails Opened: 25.370	Emails Opened: 19.639
Emails Clicked: 1.494	Emails Clicked: 535
Click Rate: 5,89 %	Click Rate: 2,11 %
Emails Opened: 25.370	Emails Opened: 19.639
Emails Hit Goal: 9.679	Emails Hit Goal: 2.239
Hit Goal Rate: 38,15 %	Hit Goal Rate: 11,4 %

Group A - Campaigns Stats (Rates Based on Sent)

	Folder or Campaign Name	Emails Sent	Emails Opened	Open Rate	Emails Hit Goal	Hit Goal Rate	Emails Clicked	Click Rate	Emails Unsubscribed	Un
1		120.757	23.702	19,63 %	9.148	7,58 %	1.393	1,15 %	1.185	0,98 %
2	Email Messages 15-30	3.816	689	18,06 %	66	1,73 %	19	0,5 %	34	0,89 %
3	Days 0 - 14 NEW	3.715	852	22,93 %	369	9,93 %	72	1,94 %	38	1,02 %
4	Email Messages 30+	165	25	15,15 %	4	2,42 %	0	0,0 %	3	1,82 %
5	Post Sale Email	143	61	42,66 %	40	27,97 %	3	2,1 %	0	0,0 %
6	Mobile Messages No Dashboard	52	28	53,85 %	45	86,54 %	7	13,46 %	4	7,69 %
7	Email Messages 0-14	30	8	26,67 %	7	23,33 %	0	0,0 %	2	6,67 %
8	Z - Kasia - PL	6	5	83,33 %	0	0,0 %	0	0,0 %	0	0,0 %

Group B - Campaigns Stats (Rates Based on Sent)

	Folder or Campaign Name	Emails Sent	Emails Opened	Open Rate	Emails Hit Goal	Hit Goal Rate	Emails Clicked	Click Rate	Emails Unsubscribed	Un
1		73.327	17.790	24,26 %	1.584	2,16 %	427	0,58 %	775	1,06 %
2	Email Messages 15-30	3.917	758	19,35 %	114	2,91 %	22	0,56 %	27	0,69 %
3	Days 0 - 14 NEW	3.794	970	25,57 %	449	11,83 %	78	2,06 %	56	1,48 %
4	Email Messages 30+	209	30	14,35 %	27	12,92 %	0	0,0 %	0	0,0 %
5	Post Sale Email	144	66	45,83 %	20	13,89 %	3	2,08 %	0	0,0 %
6	Email Messages 0-14	38	6	15,79 %	10	26,32 %	0	0,0 %	6	15,79 %
7	Mobile Messages No Dashboard	36	16	44,44 %	35	97,22 %	5	13,89 %	0	0,0 %
8	Z - Kasia - PL	26	3	11,54 %	0	0,0 %	0	0,0 %	0	0,0 %
9	Z - Kasia - ENG	4	0	0,0 %	0	0,0 %	0	0,0 %	2	50,0 %

KOMUNIKACJA

PRZYKŁADY

Day 1

Topic: {latest_project_name}: quick question

Sender: Virgil Van Dijk

Hi {firstname},

I saw you already collected {account_mentions_used} mentions. How do you like your Brand24 data for {latest_project_name} so far?

Best regards,

Virgil Van Dijk

Customer Success at Brand24

Wersja B (zwycięska) komunikacji

Day 3

Topic: {latest_project_name} analysis

Sender: Virgil Van Dijk

Hi {firstname},

Any chance you saw {latest_project_name} analysis? Brand24 finds the most influential mentions and authors to save you time browsing all results.

Best regards,
Virgil Van Dijk
Customer Success at Brand24

Wersja B (zwycięska) komunikacji

Day 7

Topic: {latest_project_name}: pdf report

Sender: Virgil Van Dijk

Hi {firstname},

Have you seen {latest_project_name} PDF report? It provides full analytics and customizable design. You can download it here: {latest_project_name} report

Best regards,
Virgil Van Dijk
Customer Success at Brand24

Wersja B (zwycięska) komunikacji

Day 17

Topic: No longer collecting {latest_project_name} mentions

Sender: Virgil Van Dijk

Hi {firstname},

Would you like me to extend your free Brand24 trial?

PS: {account_mentions_used} mentions collected so far.

Best regards,

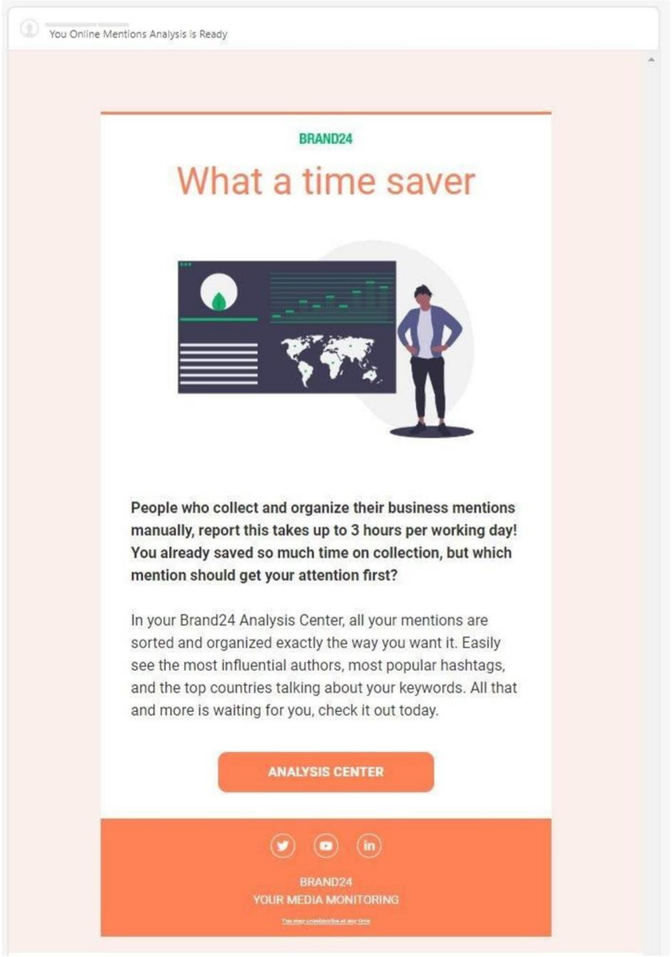
Virgil Van Dijk

Customer Success at Brand24

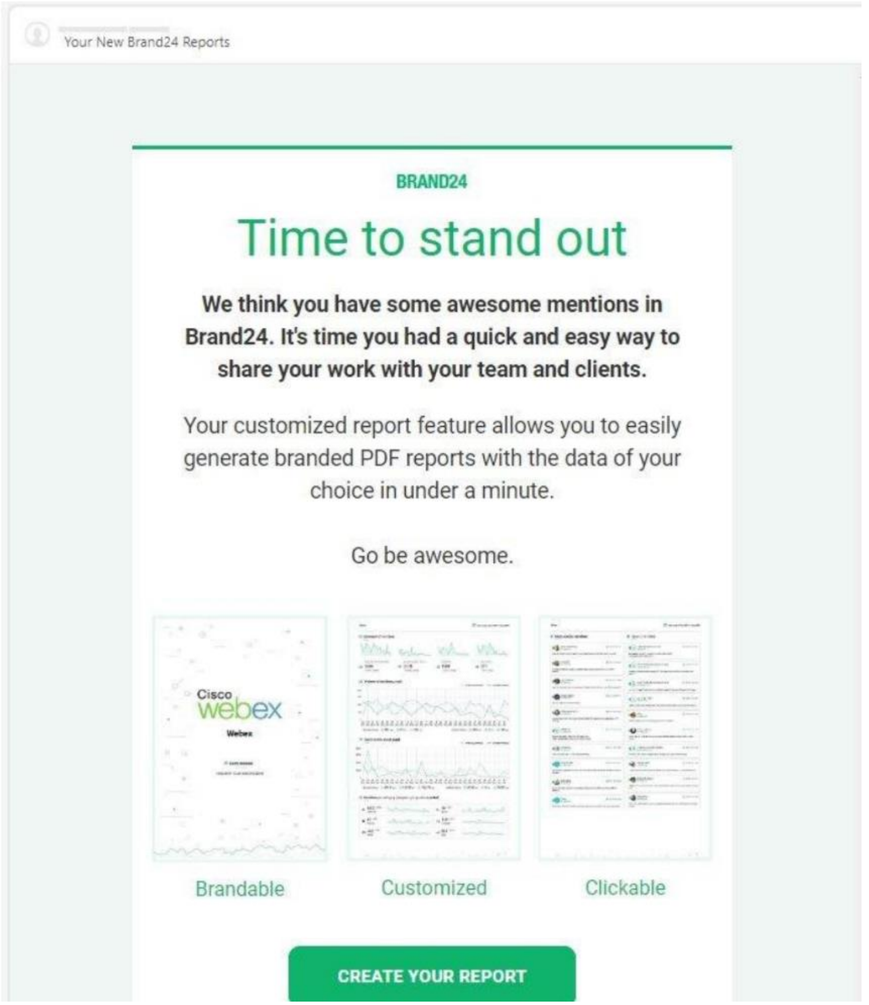
Wersja B (zwycięska) komunikacji

Dla **porównania…**

Day 1 – Trial - Analysis



Wersja A (ta gorsza) komunikacji



Wersja A (ta gorsza) komunikacji

I created a Free Premium report for you

Feb 10, 2020

Hi,

I looked at your latest project latest_project_name and I saw that when the data was exported into our PDF format, it contained some real value.

Our PDF reports are usually a premium feature, but I really wanted to give you this report for free so that you and your team can get a real insight into the value of the mentions you've been collecting in your Brand24 project.
You can even share it with your colleagues and leave those long excel sheets behind :)
It's mobile friendly btw, if i'm catching you on the move.

latest_project_name report

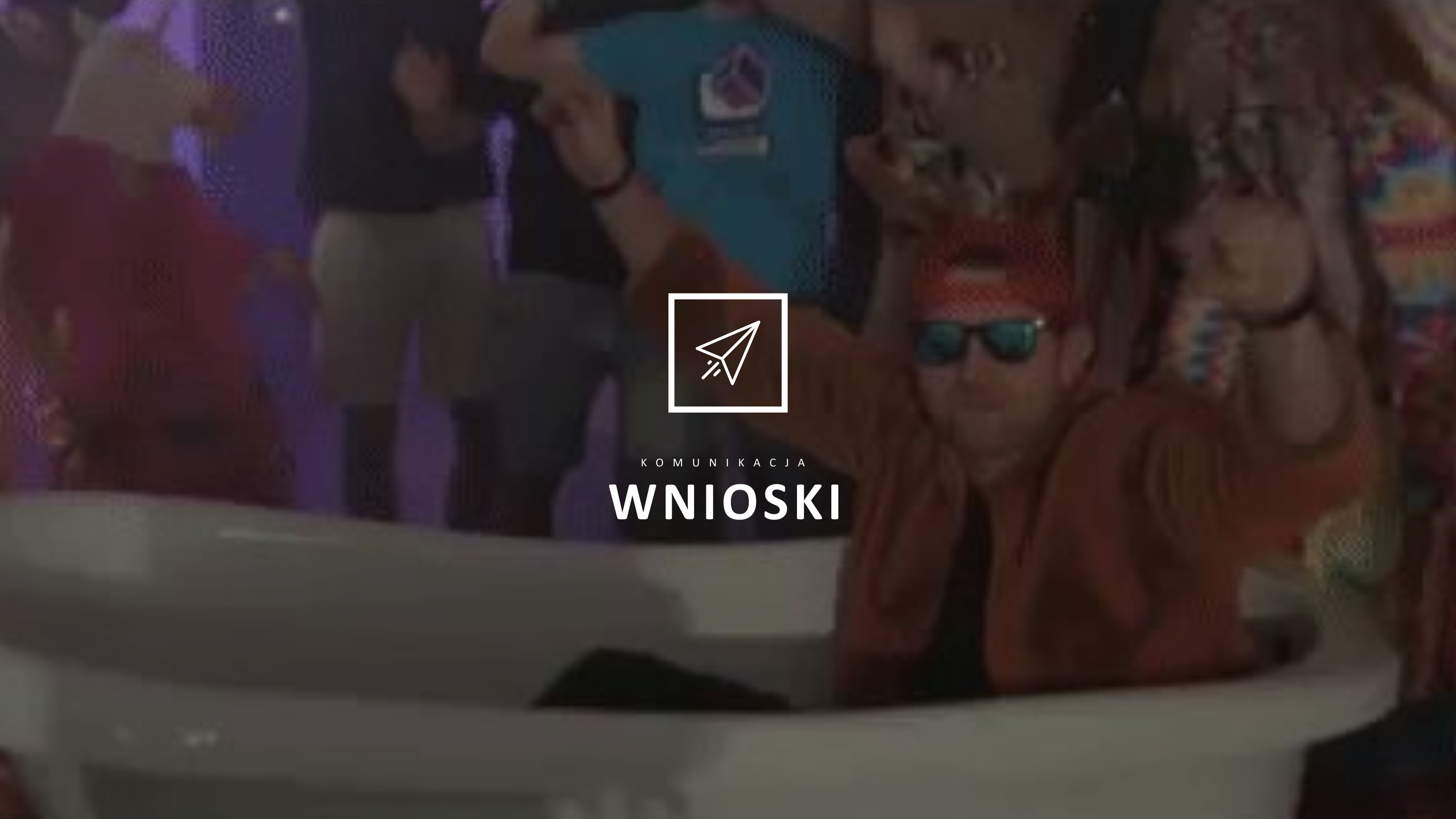
I made it in our most popular format, but you can customize the data and colors etc! Happy reading! If you have any questions, please just let me know.

Kind regards,

Head of Customer Success
Brand24.com

Don't want to get emails like this? Unsubscribe from our emails

Wersja A (ta gorsza) komunikacji



KOMUNIKACJA

WNIOSKI

ZADAWAJ PYTANIA

Prawdziwym kluczem wydaje się zadawanie pytań. Ono prowadzi do podwyższonego zaangażowania leadów i tym samym do sprzedaży.

POSTAW NA ZWIĘZŁOŚĆ

Uwaga potencjalnego klienta jest bardzo ograniczona. Masz wąskie okno, w którym możesz zdążyć się przebić do jego świadomości. Krótkie maile w większości przypadków generują lepsze efekty i pozwalają uniknąć wrażenia automatyzacji. Moim optimum jest 30-50 słów.

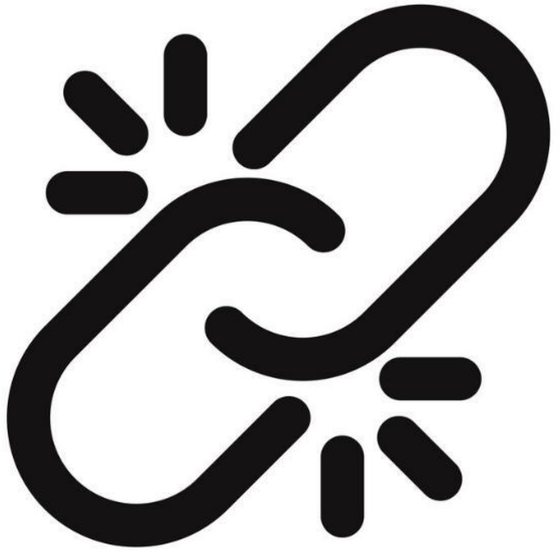
MOCNA PERSONALIZACJA

Nie wystarczy już tylko dodać imię adresata. Personalizacja jest istotna na każdym poziomie konwersji email. Od tematu, po samą treść.

NA POCZĄTKU

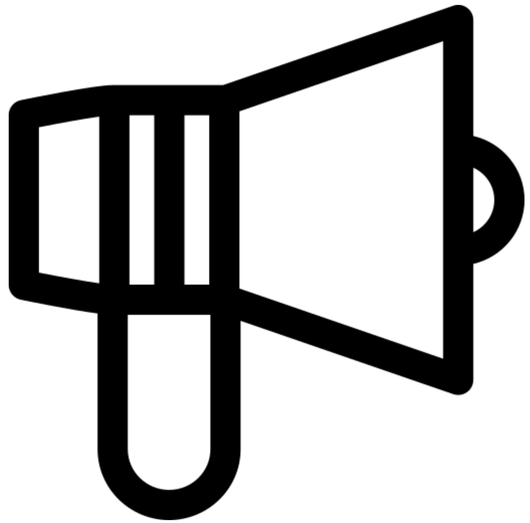
UNIKAJ LINKÓW

Na wczesnym etapie komunikacji można przemyśleć unikanie linków. Sprawiają bowiem, że trudniej osiągnąć wrażenie braku automatyzacji.



POJEDYNCZE CALL-TO-ACTION

Pilnuj, aby każda wiadomość miała jasne i przede wszystkim pojedyncze Call-to-Action. Proszenie klienta jednocześnie o kilka rzeczy w jednym mailu znacząco obniża konwersje.



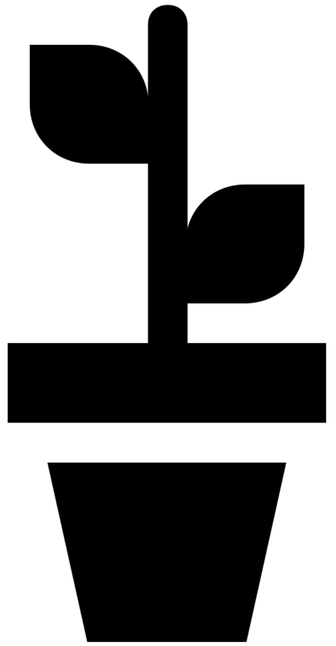
SOCIAL PROOF

Stosuj maile nastawione na Social Proof dopiero w zaawansowanej fazie komunikacji z potencjalnym klientem, a nie na początku.

Bonus.

BAJERA ANIMACJE

Pokaż kulturę pracy w Twojej firmie dzięki personalnym gifom, nagranym choćby smartfonem.



Wysłane z Home Office

in:sent

1 of 13,235

Re: Współpraca - nowy abonament w Brand24

NoCRM

Michal Sadowski <mike@brand24.com> 3:57 PM (4 minutes ago)

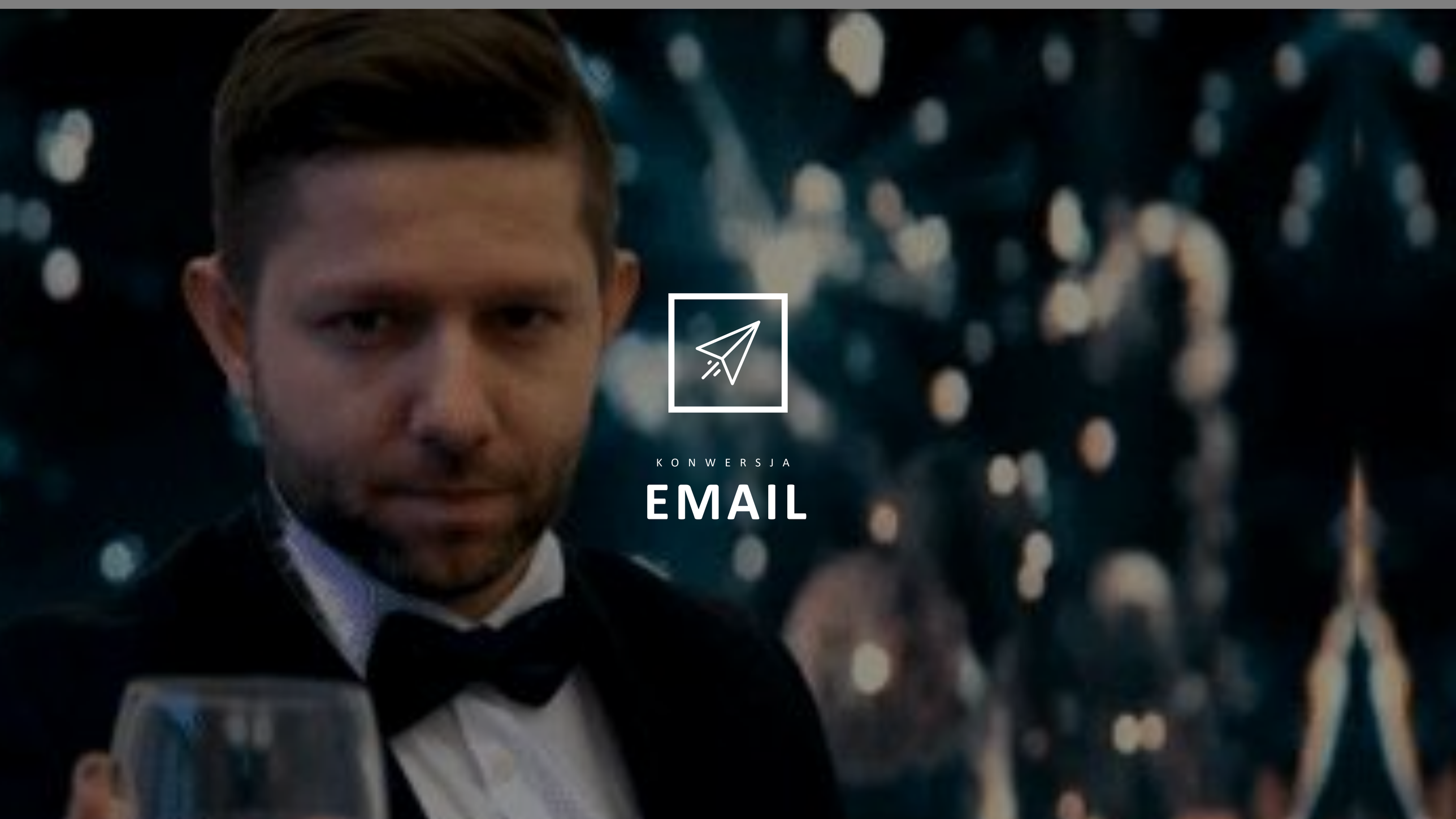
to Joanna

Zawsze do usług!

Pozdrowienia
Michał

On Wed, Mar 25, 2020 at 3:53 Joanna

> Dziękuję bardzo :)!


KONWERSJA
EMAIL

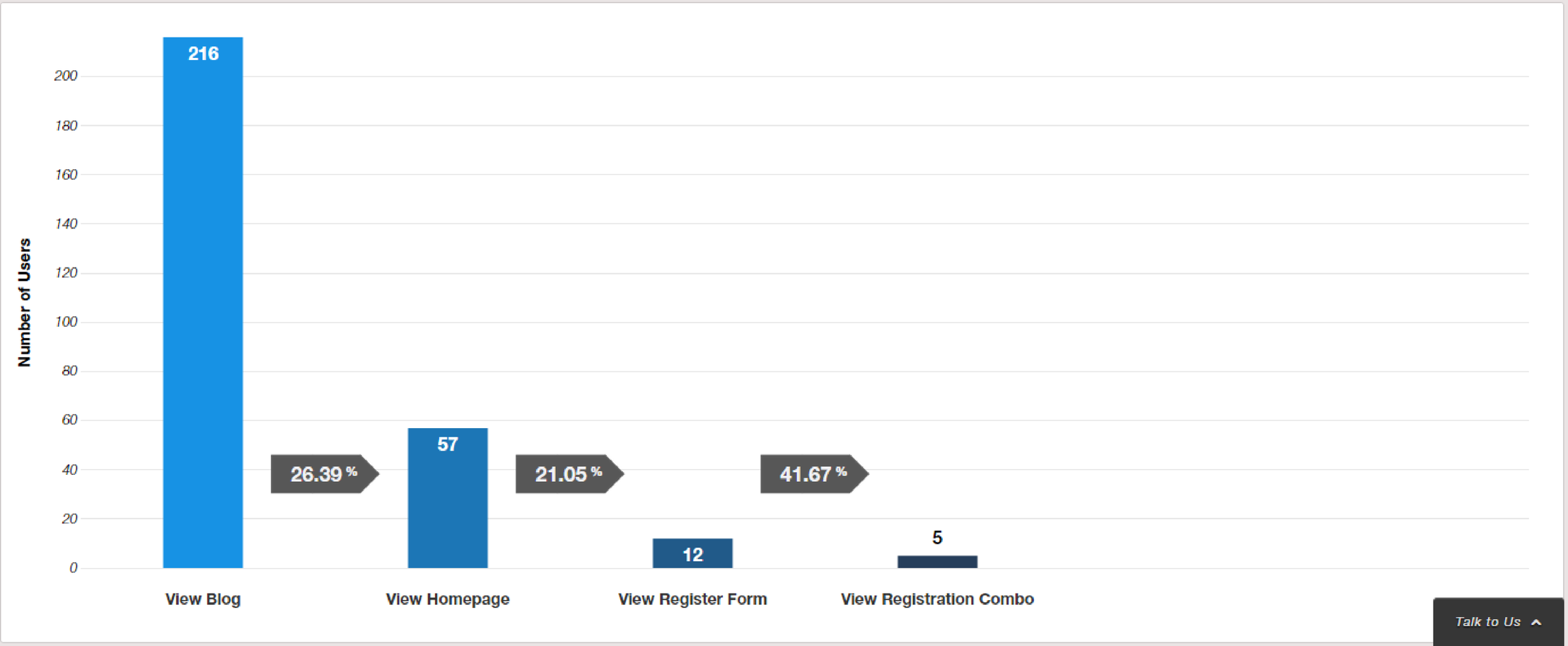
Funnel Blog Trials

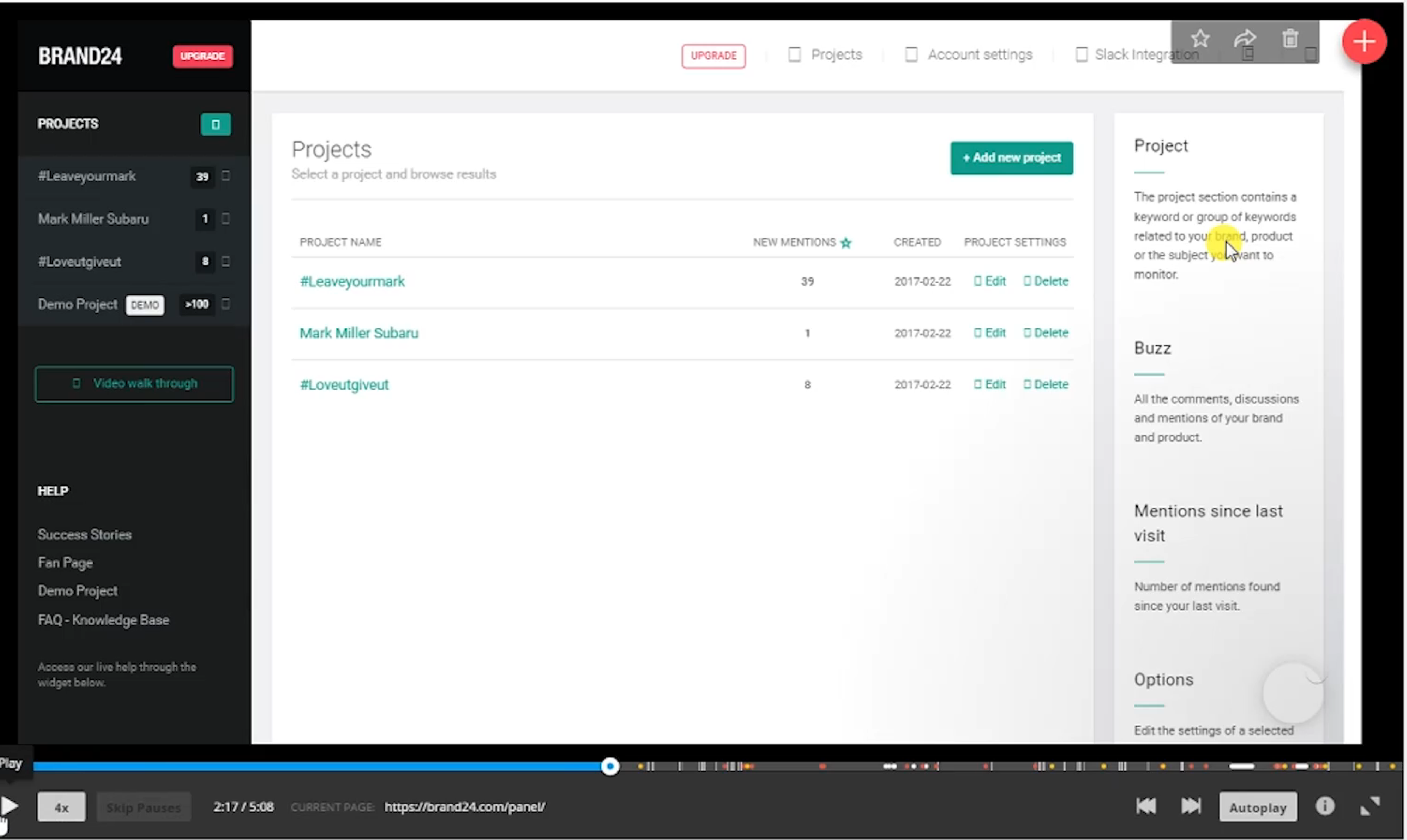
FUNNEL STEPS: View Blog → View Homepage → View Register Form → View Registration Combo

+ Filter | + Group By

Run Query | Save Report Changes | Export

Aug 19, 2015 — Aug 25, 2015 | 2.31% Conversion Rate



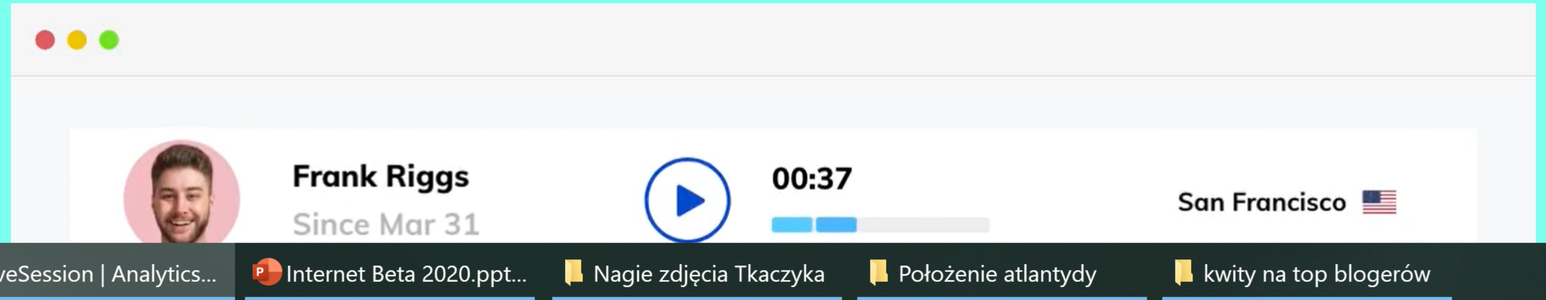

BRAND24
UPGRADE
PROJECTS
#Leaveyourmark 39
Mark Miller Subaru 1
#Loveutgiveut 8
Demo Project DEMO >100
Video walk through
HELP
Success Stories
Fan Page
Demo Project
FAQ - Knowledge Base
Access our live help through the widget below.
UPGRADE
Projects
Account settings
Slack Integration
Projects
Select a project and browse results
+ Add new project
PROJECT NAME
NEW MENTIONS
CREATED
PROJECT SETTINGS
#Leaveyourmark 39 2017-02-22 Edit Delete
Mark Miller Subaru 1 2017-02-22 Edit Delete
#Loveutgiveut 8 2017-02-22 Edit Delete
Project
The project section contains a keyword or group of keywords related to your brand, product or the subject you want to monitor.
Buzz
All the comments, discussions and mentions of your brand and product.
Mentions since last visit
Number of mentions found since your last visit.
Options
Edit the settings of a selected
Play
4x
Skip Pauses
2:17 / 5:08
CURRENT PAGE: https://brand24.com/panel/
Autoplay

Blog How to use Session Recordings to Grow Your SaaS Read post →

Analyze and optimize customer experience

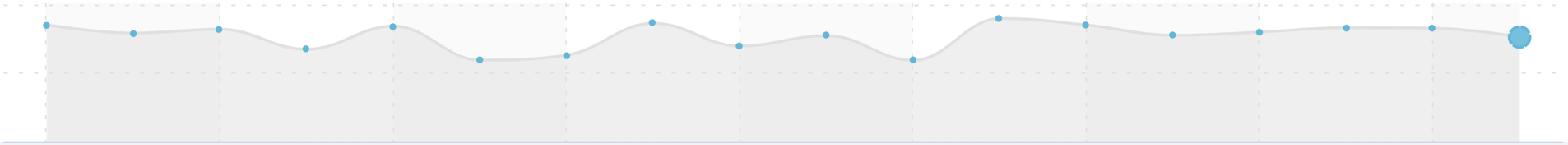
Use session replay software to see what people do on your website. Get more context with advanced filters and qualitative analytics.

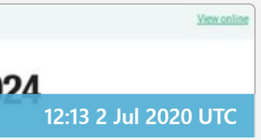
Sign up free ▶ Watch video

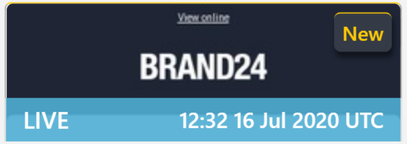


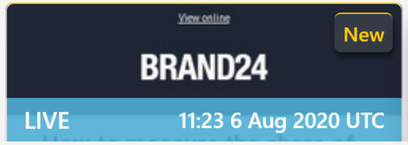
LiveSession | Analytics... Internet Beta 2020.ppt... Nagie zdjęcia Tkaczyka Położenie atlantydy kwity na top blogerów

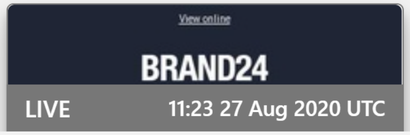
Tylko niektóre z firm analizują
konwersję komunikacji email.











Update From: filter to see other results

Snapshot | Content | Infrastructure | Reputation | Compliance | Previews | Placement

LIVE View Email

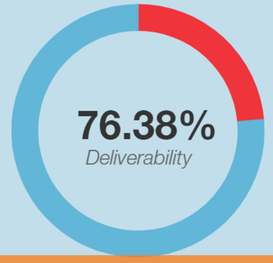
Subject: A complete guide to social media analysis

From: michael@brand24.com

-3.56

Below Average

Sending Region: **North America**



Deliverability Profile: **FAIR**

Recommended Action: **OPTIMISE**

+0.43

Above Average

Industry: **IT Services**

Content Loss

Vocabulary & Copywriting	17.74 %
Coding & Layout	1.13 %
Link Quality	0.00

Infrastructure Loss

IP & Received Chain	0.00
SPF	0.00
DKIM	0.00

CZY COŚ

PODSUMOWANIE

U S Z A N O W A N I E

BARDZO DZIĘKUJĘ!