

Sekwencja porzuconego koszyka przy wysokim koszyku: 3 maile i 2 SMS, gotowe teksty

Klient, który zostawił w koszyku kanapę za 6 000 zł, nie potrzebuje rabatu w pierwszej godzinie. Potrzebuje odpowiedzi na pytania, które go zatrzymały. Ta sekwencja odzyskuje zamówienia bez uczenia klientów, że wystarczy poczekać na kod. Wklej teksty do Klaviyo, Edrone albo swojego systemu, podmień pola w nawiasach i uruchom.

Timing i cel każdego kroku

KIEDY	KANAŁ	CEL	CZEGO NIE ROBIĆ
1 godzina	Mail 1	Przypomnienie plus odpowiedzi na trzy pytania, które blokują zakup. Zero rabatu.	Nie dawaj kodu. Klient nauczy się, że porzucenie koszyka to sposób na zniżkę.
4 godziny	SMS 1	Otwarcie rozmowy: pytanie o wymiary albo dostawę, oferta oddzwonienia.	Nie wysyłaj po 20:00 ani przed 9:00. Odłóż do rana.
24 godziny	Mail 2	Zdjęcie ryzyka: gwarancja ceny, darmowa dostawa z wniesieniem, próbki.	Nie strasz, że produkt zaraz zniknie, jeśli to nieprawda.
48 godzin	SMS 2	Przypomnienie o zablokowanej cenie i darmowej dostawie.	Nie wysyłaj, jeśli klient odpisał na SMS 1 albo rozmawiał z obsługą.
72 godziny	Mail 3	Ostatnia wiadomość: kod na akcesorium do koszyka, pytanie, co przeważało.	Nie przedłużaj sekwencji. Po trzecim mailu cisza, potem newsletter.

Mail 1 · po 1 godzinie

bez rabatu

Temat: Twój [produkt] czeka w koszyku

Preheader: Zapisaliśmy konfigurację. Wracasz jednym kliknięciem.

Cześć [imię],

zostawiłeś w koszyku [produkt] w wersji [wariant/kolor]. Zapisaliśmy wszystko, więc nie musisz wybierać od nowa.

Przy zakupie za kilka tysięcy złotych warto się zastanowić. Dlatego zamiast rabatu wysyłam odpowiedzi na trzy pytania, które słyszymy najczęściej:

- Ile trwa realizacja?** [14] dni roboczych. Termin potwierdzamy mailem w dniu zamówienia.
- Co, jeśli nie będzie pasować?** [30] dni na zwrot, odbieramy od Ciebie, bez tłumaczenia się.
- Kto to wniesie?** Dostawa z wniesieniem i [montażem] w cenie, dwie osoby.

Jeśli masz inne pytanie, odpisz na tego maila. Odpowiada człowiek, zwykle w godzinę w dni robocze.

Wróć do koszyka

[Imię i nazwisko], [nazwa sklepu]

SMS 1 · PO 4 GODZINACH · 9:00-20:00

Treść: [Sklep]: [imię], Twój [produkt] jest zapisany w koszyku. Masz pytanie o wymiary lub dostawę? Odpisz, oddzwonimy w 15 min (9-17). Koszyk: [link]

Mail 2 · po 24 godzinach

gwarancja ceny i darmowa dostawa

Temat: Cena [produktu] zablokowana do [data]

Preheader: Plus dostawa z wniesieniem za 0 zł i próbki, jeśli chcesz.

Cześć [imię],

wczoraj oglądałeś [produkt]. Wiemy, że przy takim zakupie liczy się spokój, więc dwie rzeczy od nas:

- **Gwarancja ceny.** Cena z Twojego koszyka jest zablokowana do [data, plus 7 dni]. Jeśli w tym czasie obniżymy ją w sklepie, dostaniesz różnicę z powrotem.
- **Dostawa z wniesieniem za 0 zł.** Dwie osoby wniosą [produkt] tam, gdzie wskażesz, i zabiorą opakowanie.

Jeśli wciąż wahasz się między wariantami, wyślemy próbki [tkanin/drewna/kolorów] za darmo. Odpisz słowo próbki i podaj adres, wyślemy następnego dnia.

[Wróć do koszyka](#)

PS Zdjęcia z domów naszych klientów: [link do galerii]. Zobacz, jak [produkt] wygląda w prawdziwym wnętrzu, nie w studio.

SMS 2 · PO 48 GODZINACH · 9:00-20:00

Treść: [Sklep]: cena [produktu] z Twojego koszyka jest zablokowana do [data]. Dostawa z wniesieniem 0 zł. Dokończ: [link]. Rezygnacja: odpisz STOP

Mail 3 · po 72 godzinach

kod na akcesorium, nie na produkt

Temat: Ostatnia wiadomość o Twoim koszyku (i mały bonus)

Preheader: Kod [AKCESORIUM] dodaje [podnózek/zestaw pielęgnacyjny/pokrowiec] za 0 zł.

Cześć [imię],

to ostatni mail w tej sprawie, nie będziemy przypominać w nieskończoność.

Jeśli [produkt] nadal jest w planach, mamy coś zamiast rabatu na sam produkt: kod **[AKCESORIUM]** dodaje [podnózek / zestaw pielęgnacyjny / pokrowiec] za 0 zł do zamówienia z Twojego koszyka. Kod działa do [data, plus 3 dni], potem znika razem z zapisanym koszykiem.

Dlaczego nie obniżamy ceny? Bo klienci, którzy kupili tydzień temu, zapłacili pełną. Wolimy dołożyć coś, co się przyda, niż obniżyć wartość produktu, który ma służyć [15] lat.

Jeśli zrezygnowałeś, w porządku. Jedno pytanie na koniec: co przeważało? Odpisz jednym zdaniem, pomoże nam poprawić sklep.

[Dokończ zamówienie z kodem](#)

Lista wykluczeń: kto nie dostaje tej sekwencji

- Kupił cokolwiek od momentu porzucenia koszyka (warunek sprawdzany przed każdym krokiem, nie tylko na starcie).
- Ma otwartą reklamację, zwrot albo nierozwiązane zgłoszenie do obsługi.
- Złożył zamówienie telefonicznie albo w salonie w ostatnich 7 dniach (tag z obsługi klienta).
- Był w tej sekwencji w ciągu ostatnich 30 dni. Nie wchodzi drugi raz.
- Koszyk poniżej [500] zł: osobna, krótsza sekwencja.
- Klient B2B, architekt, hurt: osobny flow z ofertą handlową.
- Adresy pracowników i testowe.

Zgoda marketingowa: bez niej nie wysyłasz

- Porzucony koszyk to komunikacja marketingowa, nie transakcyjna. Wymaga zgody na kontakt mailowy, a dla SMS osobnej zgody na kontakt telefoniczny (PKE, art. 398, RODO art. 6).
- Zgoda zbierana w koszyku albo przy zapisie na newsletter, checkbox niezaznaczony domyślnie, treść zgody zapisana z datą i źródłem w profilu klienta.
- Każdy mail ma link do wypisania w jedno kliknięcie. Każdy SMS ma słowo STOP i działa od razu.
- SMS tylko 9:00-20:00 w dni robocze i soboty. Nigdy w niedzielę i święta.
- Brak zgody oznacza brak wysyłki, nie łagodniejszą wersję. Wątpliwości sprawdź z prawnikiem, to nie jest porada prawna.