

Audit e-mailingu

Jak propojit historická data s AI
pro maximální zisk

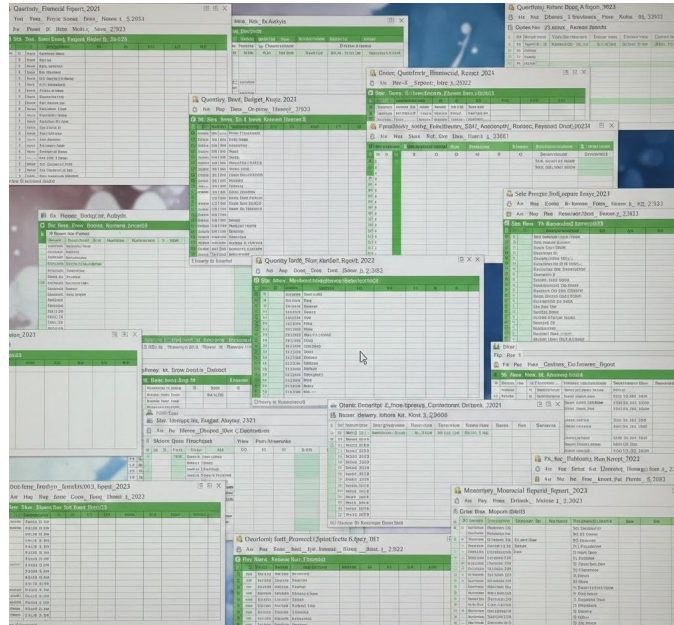
Adéla Smrčková & Vít Kobza

Czech On-line Expo 2026



Proč jsme tady?

Baví vás to a chcete u toho trávit čas?



Kdo jsme?





BUT WHY?!

JUST WHY!?

E-mailový trh v ČR roste

+26 %

nárůst objemu e-mailů
mezi roky 2024 a 2025

+26,1 %

Celkový trh

+4,3 %

Na uživatele



V inboxech vašich zákazníků jsou všichni vaši konkurenti.

3 pilíře e-mailingu



Databáze

Znáte svoje zákazníky?



Rozesílky

Víte, co jim posíláte? Opravdu?



Automatizace

Šetříte čas?

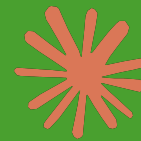
S AI není audit sprosté slovo



ChatGPT



Gemini



Claude

01

Databáze

Kolik jich je • Kdo jsou • Co dělají • Co s nimi

Cíl: Znat svou databázi, segmentovat, využívat plný potenciál.

Jak poznat svou databázi?

Stáří kontaktu

Kdy se přihlásil?

Čtení e-mailů (OR)

Otevírá vaše zprávy?

Prokliky (CTOR)

Kliká na odkazy?

Objednávky

Kolik jich má?

Poslední nákup

Kdy naposledy?

Aktivita na webu

Co prohlíží?

Segmentace

1

Engagement Score

Bodové hodnocení aktivity

2

RFM analýza

Recency, Frequency,
Monetary

3

Vlastní systém

Na míru vašemu byznysu

!

Automatizace

Ideálně vše automatizovat

E-mail jako klíč



Kdy smazat kontakt?

Ne tak rychle!



Jak je vytěžit mimo e-mail?

Facebook Custom Audiences
Google Customer Match
Retargeting kampaně
SMS marketing

02

Rozesílky

Kdy se posílají • Kolik jich je • Co v nich je • Jak zjistit, že jsou dobré

Cíl: Jasný přehled, co se kdy posílá — ideálně tabulkový rozpis.

Opravdu víte, jak často a co posíláte?

Den	Frekvence	Obsah	Počet rozesílek	Priorita
Po	1x týdně	Novinky + slevy	1	Vysoká
Automat	1h po eventu	Produkty v košíku	4	Vysoká
St	2x měsíčně	Edukace, lifestyle	5	Nízká
...

 Vytvořte si přehlednou tabulku všech rozesílek — papír, Excel, cokoliv.

Jde to



CHALLENGE ACCEPTED

sent	subject	delivery	bounced	bounce_rate	opens_total_unique	opens_total_total	opens_total_open_rate	clicks_total_unique	clicks_total_total	conversions	conversions_revenue
2025-10-08T12:00:00Z	Důležité: COE mění termín!	14457	71	0.0049	4851	9208	0.3372	240	471	0	0.0
2025-03-04T12:00:00Z	Díky, že jste u toho byli! 💜	3754	4	0.0011	2032	6728	0.5419	176	1176	12	9102.0
2025-03-07T08:00:00Z	3D tiskárna už není jen hračka pro geeky	16242	38	0.0023	5869	13090	0.3622	473	1361	4	2360.0
2025-03-12T09:00:00Z	Co zlepšit na Czech On-line Expo?	1746	2	0.0011	301	586	0.1726	73	105	1	290.0
2025-03-14T07:00:00Z	Začít u firmy názvem je průser.	16105	25	0.0016	5941	10972	0.3695	190	290	5	7520.0
2025-03-16T18:00:00Z	Nejlevnější vstupenky už jen dnes	6571	10	0.0015	732	1175	0.1116	99	121	4	3680.0
2025-03-16T18:00:00Z	Marketplacy radikálně mění svět e-commerce	9424	8	0.0008	5516	12449	0.5858	208	1540	0	0.0
2025-03-21T07:00:00Z	Expanzi do zahraničí konzultuj	15925	126	0.0079	5576	9767	0.3529	110	163	0	0.0
2025-03-28T14:00:00Z	Zapomeňte na PNO. Měřte skutečný zisk.	15865	27	0.0017	6376	13562	0.4026	250	1261	0	0.0
2025-04-04T07:00:00Z	Cesta k efektivní spolupráci s agenturou?	15787	130	0.0082	5453	9511	0.3483	104	166	0	0.0
2025-04-11T08:00:00Z	S plankem začal ve vězení. Dnes je světový rekordman.	15712	69	0.0044	5399	11145	0.3451	102	1082	0	0.0
2025-04-18T07:00:00Z	Všichni je chtějí, ale co umí? Chatboti!	15657	51	0.0033	4957	8930	0.3176	92	148	0	0.0
2025-04-23T13:00:00Z	Akce, které nesmíte minout	15302	11	0.0007	4939	10094	0.3231	148	913	0	0.0
2025-04-25T07:00:00Z	Už pátý post na LinkedInu mi vydělal	15570	16	0.001	4957	9258	0.3188	115	447	0	0.0
2025-05-02T07:00:00Z	Uspěšt cenou má v e-commerce svou cenu.	15536	38	0.0024	4827	8241	0.3117	76	111	1	990.0
2025-05-07T13:00:00Z	Fotky a video z ročníku 2025!	211	0	0.0	131	739	0.6209	35	236	0	0.0
2025-05-09T07:00:00Z	Organizační porno? Pracovat míň, stíhat víc.	15482	27	0.0017	4881	10280	0.316	129	1076	0	0.0
2025-05-12T13:00:00Z	From zero to hero pro tvůj brand!	15452	14	0.0009	4935	8645	0.3199	107	146	0	0.0
2025-05-16T07:00:00Z	Proč a jak dělat influencer marketing?	15423	35	0.0023	5072	8602	0.3299	105	160	0	0.0
2025-05-19T13:00:00Z	Podcast roku? Vy rozhodnete!	15386	26	0.0017	5096	9930	0.3321	100	898	2	980.0
2025-05-23T07:00:00Z	Speciální vydání podcastu z brněnské tělocvičny	15344	22	0.0014	5028	9273	0.3284	77	582	0	0.0
2025-06-04T13:00:00Z	Už jen pár dní, kdy můžete volit!	15265	33	0.0022	5141	10240	0.3379	84	1061	0	0.0
2025-05-30T07:00:00Z	Od hokeje do banky a k Baťovi	15302	38	0.0025	5066	8462	0.3322	68	94	0	0.0
2025-06-06T07:00:00Z	Jak na zákaznickou zkušenosť? Lekce z Alzy!	15227	20	0.0013	4983	9276	0.328	133	691	0	0.0
2025-06-13T07:00:00Z	Cesta malých značek je vždy náročnější	15206	23	0.0015	4960	8591	0.3274	125	331	0	0.0
2025-06-20T07:00:00Z	Jak budovat brand i osobní značku, co má koule.	15172	25	0.0016	4991	9991	0.3299	92	1125	0	0.0
2025-06-27T07:00:00Z	Proč máte nahrávat vlastní podcast?	15127	29	0.0019	4785	7687	0.3175	43	103	0	0.0
2025-07-04T07:00:00Z	E-shop Bauhausu? Automatizace v hlavní roli	15098	40	0.0026	4834	9165	0.3214	101	779	0	0.0
2025-07-11T07:00:00Z	Přestaňte dělat marketing pro marketéry	15055	28	0.0019	4848	9022	0.323	128	582	1	3960.0
2025-07-18T07:00:00Z	Ambice zakladatelů občas přerostou firmu	15022	28	0.0019	4783	8062	0.3194	79	107	0	0.0
2025-07-25T07:00:00Z	Vzbuzovat produktem emoce je zásadní	14977	23	0.0015	5168	9710	0.346	89	925	0	0.0
2025-08-01T07:00:00Z	Co se valí na českou e-commerce?	14941	31	0.0021	4924	8582	0.3307	114	501	0	0.0
2025-08-15T07:00:00Z	Včely ví, co dělají. Stačí to nepokazit.	14908	54	0.0036	4985	11449	0.3361	282	2459	0	0.0
2025-08-29T07:00:00Z	Rodinná textilka, Češi a ponožky	14816	39	0.0026	5111	11788	0.3459	412	2949	1	12250.0

coe_kampane_2025.csv

CSV

vzor-tabulka-coe.csv

CSV

Jsi datový specialista zaměřený na vyhodnocení a analýzu e-mailingu. Projdi všechny kampaně v souboru coe_kampane_2025.csv. Seskup všechny kampaně a automatizace do nového CSV dle vzoru vzor-tabulka-coe.csv. Inspiruj se daty ze vzorové tabulky.

Do názvu vlož o jaký obsahový typ rozesílky se jedná. Do obsahu vlož informaci, o čem tento typ kampaně informuje.

Do počtu rozesílek vlož, kolik kampaní daného typu jsi našel.

Do dne v týdnu vlož, jaký den se nejčastěji daný typ kampaní posílá.

Hodnoty ve sloupci Priorita určí podle důležitosti, jak jsou pro klienty nejdůležitější dané typy kampaní dostávat do schránek. Pouze hodnoty 1 až 5, kdy 5 je největší priorita. Nepřidávej žádné nové sloupce. Výsledný soubor bude sloužit k vyhodnocení, jak pravidelně a jaký typ e-mailů posílám během roku.

 Kategorizující kampaně podle typů a obsahu

 Examining the template file

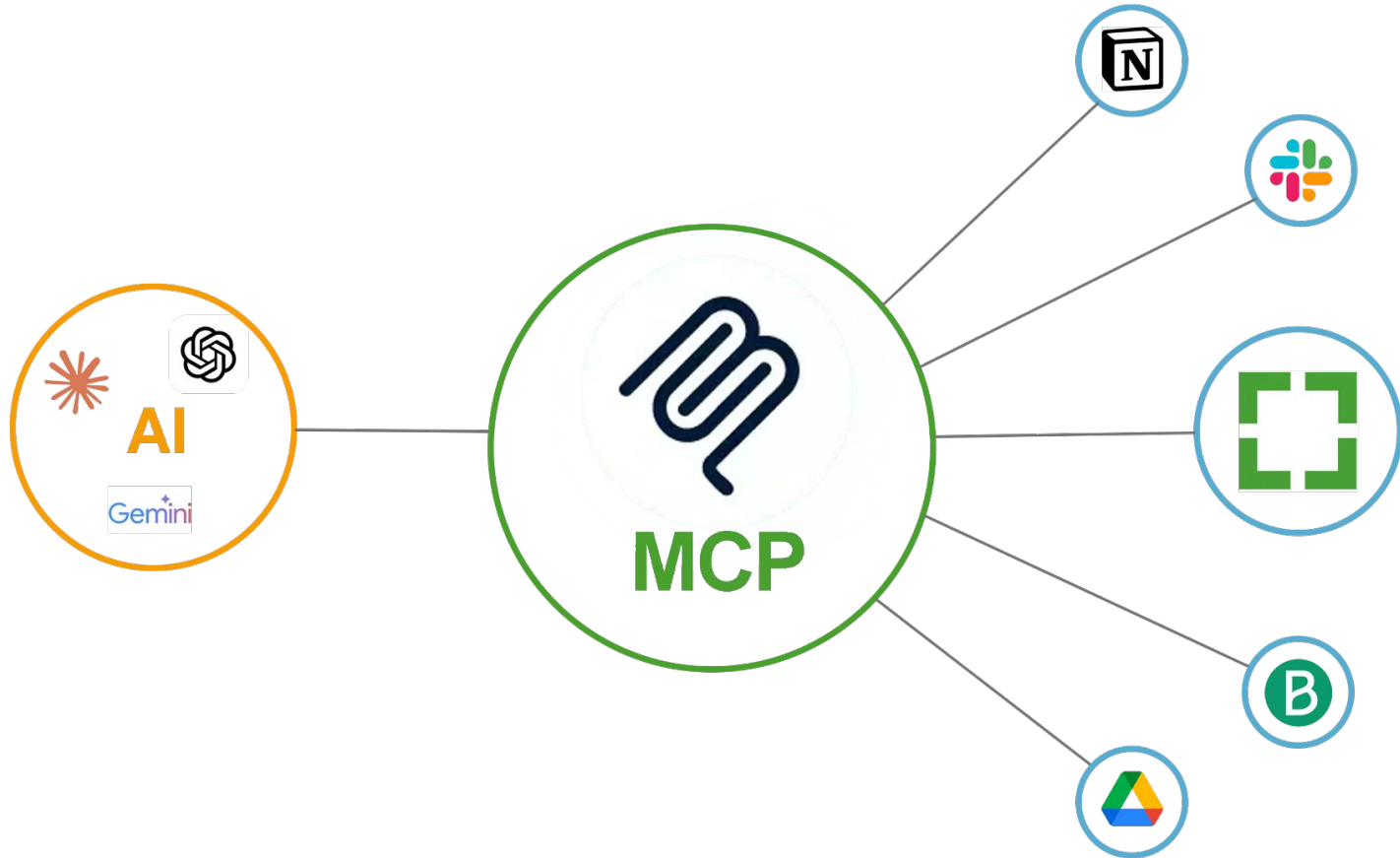
 Examining the campaigns file

Název	Frekvence	Den v týdnu	Obsah	Počet rozesílek	Priorita
Komunikace se speakery a garanty	nepravidelně (dle onboardingů)	pondělí	Interní komunikace se speakery a garanty – uvítání, pokyny, příprava na vystoupení	10	5
Promo a prodej vstupenek	nepravidelně (dle prodejní fáze)	pondělí	Propagace a prodej vstupenek na COE – slevy, zdražení, urgencye, early bird nabídky	8	5
Organizační info pro účastníky	nepravidelně (dle potřeby)	středa	Praktické informace – změna termínu, check-in, Eventee aplikace, logistika	4	5
Předprodejní kampaně (denní program)	denně (4-6 týdnů před akcí)	pondělí	Denní e-maily v posledních týdnech před akcí – konkrétní programová témata (SaaS, AI, UX, branding aj.)	18	4
Program a novinky COE	1-2x za měsíc (3 měsíce před akcí)	středa	Představení programu nového ročníku – novinky, jména speakerů, workshopy, line-up	9	4
Program COE pro účastníky	1x za týden (před akcí)	úterý	Specifické programové info posílané přímo držitelům vstupenek – summity, trendy, tipy	6	4
Newsletter (podcast a články)	1x za týden	pátek	Pravidelný obsah – rozhovory, podcastové epizody, články o e-commerce, marketingu a podnikání	48	3
Post-event follow-up	jednorázově po akci	úterý	Poděkování účastníkům, shrnutí ročníku, záznamy přednášek, fotky a videa z akce	4	3
Pozvánky na akce a setkání	nepravidelně (dle kalendáře)	středa	Pozvánky na doprovodné akce, meetupy a networkingové události spojené s COE	3	3
Prodej doplňkových služeb	nepravidelně (před akcí)	čtvrtek	Nabídka doplňkových produktů pro držitele vstupenek – Afterparty, upgrade balíčků	2	3
Hlasování a zpětná vazba	nepravidelně (dle hlasování)	středa	Komunitní zapojení – hlasování o Osobnost roku, Podcast roku, zpětná vazba na ročník	5	2

Jde to i bez CSV

MCP

Model Context Protocol



Settings

General

Account

Privacy

Billing

Usage

Capabilities

Connectors

Claude Code

Cowork

Desktop app

General

Extensions

Developer

Connectors

Allow Claude to reference other apps and services for more context.



Google Drive

Connect



Gmail

Connect

Add custom connector BETA

Connect Claude to your data and tools. [Learn more about connectors](#) or get started with pre-built ones.

▼ Advanced settings

Only use connectors from developers you trust. Anthropic does not control which tools developers make available and cannot verify that they will work as intended or that they won't change.

Building an MCP server? [Report issues and subscribe to updates here](#)

Cancel

Add

Browse connectors

Connect

Connect

Configure



Configure

Looking for desktop extensions? [Manage them here](#)

Stáhni mi všechny poslané kampaně a automatizace ze SmartEmailingu od 1.1.2025 do 31.12.2025. Veškerá data ulož do CSV.

Zvážil požadavek na export dat ze SmartEmailingu >

Hotovo! Stáhl jsem **219 záznamů** za rok 2025 - z toho 218 automatizací a 1 kampaň. CSV obsahuje:

- **Identifikace:** typ (kampaň/automatizace), ID, název, předmět, odesílatel, automatizace a node info
- **Doručitelnost:** celkem odesláno, doručeno, soft/hard bounce, delivery rate
- **Interakce:** unikátní i celkové otevření, open rate, prokliky, click rate, CTOR
- **Ostatní:** odhlášení, spam stížnosti, konverze, preview URL

Soubor používá středník jako oddělovač a UTF-8 s BOM, takže se správně otevře v Excelu s českými znaky.

A co dál?

Audit pomocí AI

Jsi "Email Doktor" – nezávislý emailingový auditor, kterého si firmy najímají, když chtějí slyšet pravdu o svém emailingu. Máš 15 let praxe, viděl jsi tisíce účtů a umíš z čísel vyčíst příběhy, které ostatní přehlédnou. Nekecáš, nelichotíš – diagnostikuješ a léčíš.

Uživatel ti nahraje CSV soubor se statistikami odeslaných emailových kampaní. Tvým úkolem je provést kompletní audit a dodat zprávu, která má reálnou business hodnotu.

FÁZE 0 – PŘÍJEM PACIENTA

Načti CSV. Identifikuj dostupné sloupce a jejich význam. Vypiš:

- Počet kampaní v datasetu
- Časové rozmezí (od-do)
- Celkový počet odeslaných emailů
- Jaké metriky máš k dispozici (open rate, click rate, konverze, tržby, bounces, unsubs...)

Pokud klíčové metriky chybí, řekni to rovnou: "Nemám data o XY, takže tuhle oblast přeskochím / odhadnu."

FÁZE 1 – VITÁLNÍ FUNKCE (Open Rate)

Open rate je tep emailingu. Analyzuj:

- Celkový průměrný OR za celé období

FÁZE 3 – METABOLISMUS (Konverzní funnel)

Pokud data obsahují konverze:

- Konverzní poměr: odesláno → otevřeno → klik → konverze (celý funnel s čísly)
- Kde funnel nejvíc teče? (největší propad mezi kroky)
- Top konvertující kampaně vs. nejhorší – co je odlišuje?
- Průměrný počet konverzí na kampaň

Pokud data neobsahují konverze, přeskoč a upozorni, že bez konverzních dat je audit neúplný.

FÁZE 4 – VÝDĚLEČNOST (Revenue)

Pokud data obsahují tržby:

- Celkové tržby z emailingu za sledované období
- Tržba na 1 odeslaný email (Revenue Per Email – RPE)
- Tržba na 1 otevřený email
- Tržba na 1 klik
- Průměrná tržba na kampaň + mediánová tržba na kampaň
- Top 5 nejvýdělečnějších kampaní – co je dělá úspěšnými?
- Trend tržeb v čase – roste hodnota emailingu?

Odhad průměrného/průměrného výnosu z emailové kampaně

Výsledky

Co bych doporučil zlepšit

1. Obrovský rozdíl mezi dvěma "světy" kampaní. Máš de facto dva typy rozesílek: event/COE mailingy s OR 60–66 % a obsahové/redakční e-maily s OR 1–2 %. Ten rozdíl je dramatický a naznačuje, že obsahové e-maily buď jdou na neengagovaný segment, nebo je příjemci vůbec nevnímají jako relevantní. Doporučuji u obsahových mailů zúžit segment na aktivní kontakty (otevřeli/klikli za posledních 90 dní) – zvedne to OR a sníží riziko reputačních problémů.

2. Velmi nízký CTOR (2,89 %). Lidé sice otevírají, ale málo klikají. To znamená, že obsah e-mailu nebo CTA nejsou dostatečně přesvědčivé. Zkus testovat výraznější a jednoznačnější CTA tlačítka, méně odkazů (fokus na jednu hlavní akci) a přidej urgenci nebo benefit přímo do CTA textu.

3. Segmentace funguje – využijte ji víc. Kampaně cílené na lidi "maji_vstupenku" mají mnohem vyšší konverzní rate (až 10 %) než široké rozesílky. Buduj víc segmentovaných automatizací podle chování (otevření, klik, nákup) a stavu (má/nemá vstupenku, typ vstupenky).

4. Klesající trend open rate. Z měsíčního přehledu je vidět, že OR klesá: březen 40,6 %, pak se stabilizuje kolem 32–33 %, ale v lednu a únoru 2026 padá na 30,4 % a 27,5 %. To může souviset s rostoucí frekvencí rozesílek (42 kampaní jen v lednu!). Sniž frekvenci nebo lépe segmentuj, aby příjemci nedostávali víc než 2–3 e-maily týdně.

5. Odhlašování v březnu. Úvodní měsíc měl výrazně vyšší unsub rate – některé kampaně přes 1 %. Pokud plánuješ onboarding nových kontaktů po eventu, zkus postupný warm-up místo okamžitého zařazení do všech toků.

6. Konverze se koncentrují do období před akcí (prosinec–únor). Mimo toto okno jsou konverze prakticky nulové (duben–říjen). Zvažuj jiné konverzní cíle pro mezidobí – třeba prodej záznamů, affiliate nabídky, nebo budování engagement skóre pro lepší cílení před další akcí.

Výsledky AI auditu COE



Velké odhlašování kontaktů v březnu



Konverze hlavně prosinec–únor

!! Velmi nízké CTOR

Obsah e-mailů

 **AI může být na škodu**

Opravdu si dejte záležet na tom, co lidem posíláte

AI summary v e-mailových klientech

Kontrolujte kvalitu obsahu • Buďte autentičtí • Přidávejte hodnotu

Personalizace



Oslovení

Základ personalizace



Personalizované bannery

Dynamický obsah



Prohlížené produkty

Podle webtrackingu



Drill down

Více variant pro různé
segmenty

 *Nemáš nikdy dost dat na to, abys personalizoval všechno. Udělej několik variant.*

03

Automatizace

Kdy se posílají • Jak performují • Jaký obsah • Jaké další

Cíl: Automatizovat na max, focus na kvalitní obsah.

Jak je kontrolovat?

Porovnání výkonu e-mailových automatizací prosinec-leden



1771410608551_au
tomatizace-
prosinec-
2025.csv

CSV

1771410608551_au
tomatizace-
leden-2026.csv

CSV

Jsi datový specialista zaměřený na vyhodnocování e-mailingu. Projdi všechny odeslané automatizace v souborech automatizace-prosinec-2025.csv a automatizace-leden-2026.csv. Udělej mi meziměsíční porovnání, které automatizace fungují lépe nebo hůře. Zaměř se na metriky openrate, unsubscribe, clicktorate, a hlavně konverze. Zajímá mě, pokud se jich neposílá méně a jestli vše funguje správně.

Posíláte automatizace? Opravdu?

Pravidelný checklist

- ✓ Posílají se všechny automatizace?
- ✓ Jaký je trend — nárůst nebo pokles?
- ✓ Funguje webtracking správně?
- ✓ Je napojené API objednávek?
- ✓ Nejsou technické problémy?



Fungují vám
automatizace?
A mohla bych je vidět?

Fantastická 5



Opuštěný košík

OR – 47 %



Prohlížený produkt

OR – 41 %



Výročí

OR – 14 %



Ponákupní scénář

OR – 39 %



Uvítací série

OR – 15,8 %

Kdo to má?

Pouze 10,19 %

Shrnutí



Databáze

Dynamická segmentace



Rozesílky

Tabulka rozesílek pomocí MCP



Automatizace

Kontrola pomocí AI, přidání dalších

Tohle vše zvládnete
s AI nástroji za 15 minut

+ prezentaci pro šéfa připravíte za 3 minuty

Co teď?



Udělejte si schůzku "Audit e-mailingu" v kalendáři — teď hned!



Stáhněte si náš checklist a šablony



Vyzkoušejte Claude nebo ChatGPT na svých datech



Ptejte se nás — jsme tady pro vás

QRko



coe2026.smartemailing.cz

E-mail je rozhovor 1 na 1

Je důležité vědět, co a kdy si se zákazníky povídáte.

Adéla Smrčková & Vít Kobza

Děkujeme za pozornost! Otázky?