

Co je cold e-mailing

Poslední aktualizace 29 dubna, 2025

Cold e-mailing je metoda oslovování potenciálních zákazníků, partnerů nebo kontaktů pomocí e-mailu, aniž by mezi odesílatelem a příjemcem předtím proběhla interakce. Typicky se používá v oblasti [B2B](#) prodeje, nábory, navazování spoluprací nebo budování networkingu.

Jak cold e-mailing funguje

- 1. Výběr cílové skupiny** – první krok je identifikace relevantních příjemců, například podle odvětví, pracovní pozice nebo konkrétních problémů, které produkt/služba řeší.
- 2. Získání kontaktů** – e-maily lze získat z veřejných zdrojů, firemních webů, sociálních sítí (např. [LinkedIn](#)) nebo zakoupit od specializovaných databází.
- 3. Vytvoření personalizované zprávy** – úspěšný cold e-mail bývá stručný, personalizovaný a zaměřený na konkrétní přínos pro adresáta.
- 4. Odeslání a sledování** – e-maily se často rozesílají pomocí specializovaných nástrojů (např. [Lemlist](#), [Mailshake](#), [Woodpecker](#)), které umožňují sledovat [open rate](#), množství kliknutí nebo odpovědí.
- 5. Follow-up** – pokud příjemce nereaguje, obvykle následují 1–3 navazující e-maily.

Co by měl dobrý cold e-mail obsahovat

- Osobní oslovení a důvod, proč právě konkrétního člověka kontaktujete
- Jasnou hodnotu nebo řešení problému přinášíte
- Výzvu k akci ([CTA](#)) – např. domluvení krátkého callu
- Respektující tón bez nátlaku
- Případně podpis s odkazem na web nebo LinkedIn

Právní rámec:

[E-mailing](#) je v EU regulován [GDPR](#). V B2B sektoru je možné zasílat obchodní sdělení, pokud je relevantní k práci adresáta a umožňuje jednoduché odhlášení. Vždy je nutné dodržet principy minimalizace dat, transparentnosti a možnosti zrušení odběru ([opt-out](#)).