



2137%

wzrost ROI z wdrożenia
SALESmanago

31%

transakcji obsługiwanych
przez SALESmanago

Główne cele jakie stawiamy przed SALESmanago - zwiększenie skuteczności sprzedaży i skrócenie cyklu sprzedaży przez automatyzację procesów, czy personalizację komunikacji realizujemy zgodnie z naszymi założeniami. Poza rozbudowanymi funkcjonalnościami SALESmanago ważna dla nas jest też intuicyjność i ergonomia pracy na platformie, która pozwala na szybkie i efektywne działania. Nie bez znaczenie pozostaje również współpraca z naszym opiekunem, który nieustannie podsuwa nam nowe rozwiązania i pomysły na kolejne wdrożenia.

Bogusława Kowalewska

CMO



O firmie

Czasnabuty.pl to jeden z największych polskich sklepów z obuwem online, działający na rynku od 2010 roku. Firma stawia sobie za cel odpowiadanie na potrzeby klientów szukających komfortu, stylu i oszczędności, oferując blisko 3000 modeli butów damskich, dziecięcych i męskich, akcesoriów obuwniczych, torebek i dodatków. Jak sami mówią - trzymają rękę na pulsie - zarówno w kwestii modowych trendów, jak i rozwoju technologicznego.

„Praca w rozbudowanym systemie ERP, integrującym wszystkie elementy procesów sprzedażowych, umożliwia nam jednocześnie sprawną obsługę 3 platform e-commerce w Polsce, Czechach i Słowacji oraz wysyłkę zamówień do 31 krajów. Oferujemy różnorodne formy płatności, w tym płatność odroczoną, a zamówienia dostarczamy za pośrednictwem liderów rynku kurierskiego.” – mówi Dariusz Wojewoda, CEO w Shelovet sp. z .o.o., właściciel sieci.



Wyzwania

Główny cel firmy to dalsze skalowanie biznesu przy jednoczesnej optymalizacji sklepów w obszarach marketingowo-sprzedażowych. Wyzwania przed jakimi stanął sklep www.czasnabuty.pl obejmowały:

wypracowanie multi rynkowego podejścia i atrakcyjnej dla odbiorcy komunikacji omnichanelowej, pozwalającej na dostarczenie spersonalizowanej oferty w najlepszym momencie

aktywizacja oraz segmentacja klientów na każdym etapie Buyer's Journey

lojalizacja klientów i zwiększenie retencji

zmniejszenie churn'u oraz zwiększenie Customer Lifetime Value

Firma Shelovet sp. z .o.o chciała zrealizować te cele kontynuując wdrażanie zaawansowanych procesów opartych o rozwiązania marketing automation z wykorzystaniem mechanizmów AI.





Rozwiązania

Generowanie leadów:

Wykorzystanie pop-upów do zbierania danych kontaktowych od potencjalnych klientów.
Tworzenie formularzy umożliwiających pozyskiwanie potencjalnych klientów.

Procesy automatyzacji:

Implementacja wieloetapowego procesu reagowania na porzucone koszyki.
Dynamiczne retargetingowe kampanie po wizycie na stronie.
Wdrożenie kampanii po dokonaniu zakupu, aby zachęcić klientów do kolejnych transakcji.
Kampanie aktywizujące klientów (winback) w celu ponownego zaangażowania ich w zakupy.

On site:

Konwersja anonimowego ruchu na stronie internetowej
Wykorzystanie Personal Shopping Inbox do personalizowanego kontaktu z klientem
Użycie inteligentnych rekomendacji produktowych, aby zwiększyć konwersję.
Dynamiczne pop-upy mające na celu stymulację do zakupów, w tym poprzez prezentację opinii społeczności (social proof).

Segmentacja:

Wykorzystanie różnych rodzajów segmentacji, takich jak behawioralna, transakcyjna, geograficzna i deklaratywna, w celu lepszego targetowania klientów.
Segmentacja klientów na podstawie ich aktywności na stronie oraz historii zakupowej.
Użycie segmentacji RFM (Recency, Frequency and Monetary) do określenia wartości klientów.
Stworzenie dynamicznych hipersegmentacji, umożliwiających bardziej precyzyjne działania marketingowe.

Komunikacja z klientem:

Wykorzystanie różnych kanałów komunikacji, takich jak e-mail, web push i sms, w celu utrzymania kontaktu z klientami.
Personalizacja komunikatów w zależności od zachowań i preferencji klientów.
Możliwość komunikacji on-site, co zwiększa zaangażowanie klientów na stronie internetowej.



Wyniki

46%

obsługiwanych transakcji ostatniego kliknięcia generowanych przez procesy automatyzacji

262%

wzrost OR dla dynamicznych e-maili w porównaniu z kampaniami masowymi

1701%

wzrost CTR dla e-maili dynamicznych w porównaniu do kampanii masowych

31%

transakcji obsługiwanych przez SALESmanago

141%

wyższy CTR dla kampanii SMS targetowanych na podstawie danych z Analityki predyktywnej

12%

AOV wyższe dla transakcji wspieranych przez SALESmanago

213%

średni CLV

2137%

wzrost ROI

Czy te statystyki można zmierzyć i zwiększyć za pomocą SALESmanago?

[Czytaj więcej](#)



Możliwości rozwoju

Program lojalnościowy
Customer Preference Center



SALES  **manago**