

endo.

1 081%

wyższy współczynnik kliknięć
oraz 201% wyższy współczynnik
otwarć w e-mailach dynamicznych
z rekomendacjami dopasowanymi
1-do-1 w stosunku
do e-maili masowych

90%

transakcji wspieranych last click
zostało wygenerowanych przez
kampanie masowe, dzięki
wysyłkom realizowanym
do posegmentowanych
grup kontaktów

4 534%

ROI dla wdrożenia
Marketing Automation

Z SALESmanago współpracujemy od dobrych kilku lat i nasza współpraca układa się bardzo dobrze. Zawsze nad naszym projektem czuwa dedykowany opiekun, który jest specjalistą i odpowie na każde nasze pytanie i pomoże w zasadzie w każdym pomysśle jaki przyjdzie nam do głowy i jaki chcemy wdrożyć w naszym serwisie. Dostarczają bardzo dobre narzędzie, które pomagają nam w codziennej pracy. Nie widzę możliwości dalszej pracy bez wykorzystania funkcjonalności jakie oferuje SALESmanago.

Paweł Kielak
E-commerce Director



O firmie

Endo jako pierwsze (i przez długi czas jedyne) w Polsce ozdabia swoje produkty napisami w języku polskim, pokazując tym samym, ile emocji i skojarzeń mogą budzić w dorosłych i dzieciach pomysłowe i zaskakujące gry słowne. Ubranka Endo - szyte z bawełny i ozdabiane nadrukami, zachwycające prostym krojem i starannym wykonaniem - tworzone od końca lat 90-tych. Nowy wzorec odzieży dziecięcej. Okazuje się bowiem, że prócz wygody i funkcjonalności, dziecięce ubranka mogą być po prostu... "cudownym zjawiskiem", „ubrankami z charakterem”. Jak wszystko, co tworzone jest z pasją i miłością. Zabawne rysunki i niejednoznaczne teksty to nie tylko niebanalne dialogi obrazu z tekstem, ale także swoista rozmowa pomiędzy dorosłymi i dziećmi. Grafika na dzianinach dla dorosłych oraz zabawki Endo nawiązują do podobnych produktów z działu dziecięcego, rozpoczynając dialog pomiędzy tymi światami, wzajemnie ucząc i bawiąc. Naszą ofertę kierujemy dla całej, wielopokoleniowej rodziny. Rodziny, w której dzieci wrażliwie i szczęśliwie i pewnie siebie ludzi, mocno wspierane w swoim harmonijnym rozwoju przez wszystkich jej członków. Misja Endo to wspieranie i inspirowanie do budowania i zacieśniania tych najważniejszych więzi.



Wyzwania i cele

Konieczność różnicowania komunikacji
przez cały cykl życia klienta

Dopasowanie indywidualnej
oferty dla klienta

Lojalizacja klientów oraz zwiększenie
sprzedaży na stronie WWW

Segmentacja klientów na każdym
etapie Buyer's Journey

Wykorzystanie kampani automatycznych
oraz masowych do targetowania
odpowiednich ofert posegmentowanej
grupie odbiorców

Wielokanałowość - używanie
wielu kanałów do komunikacji
z użytkownikami

Znaczący wzrost bazy
lojalnych klientów

Przejście na automatyczną
komunikację



Realizacja

Procesy automatyzacji

- Ominchanelowe ratowanie porzuconego koszyka
- Kampanie po zakupie z rekomendacjami dopasowanym 1-do-1
- Dynamiczny retargeting po wizycie z wykorzystaniem inteligentnych rekomendacji produktowych

Segmentacja

- Segmentacja behawioralna, transakcyjna, deklaracyjna
- Segmentacja na podstawie wieku oraz aktywności newsletterowej
- Segmentacja Recency, Frequency and Monetary
- Segmentacja klienta na podstawie wizyt, scoringu oraz predykcji zakupowej

On Site

- Dynamiczne pop-upy z rekomendacjami
- Konwersja anonimowego i monitorowanego ruchu na stronie

Komunikacja z klientem

- E-mail marketing
- Web push
- Komunikacja on-site



Efekty

4 534%

ROI dla wdrożenia Marketing Automation

47%

transakcje wspierane last click stanowią 47% wszystkich transakcji wspieranych przez SALESmanago

90%

transakcji wspieranych last click zostało wygenerowanych przez kampanie masowe, dzięki wysyłkom realizowanym do posegmentowanych grup kontaktów

1081%

wyższy współczynnik kliknięć oraz 201% wyższy współczynnik otwarć w e-mailach dynamicznych z rekomendacjami dopasowanymi 1-do-1 w stosunku do e-maili masowych

82%

bazy stanowią kontakty monitorowane



Możliwości rozwoju

Wdrożenie Customer
Preference Center

Uruchomienie Personal
Shopping Inbox

Wdrożenie Cinderella
AI Visual Products Search



SALES  **manago**