

# KARKO

4000%

ROI  
dla wdrożenia  
Marketing Automation

1120%

wyższy współczynnik  
kliknięć w e-mailach  
dynamicznych

Szukaliśmy odpowiedniego oprogramowania, które znacznie usprawni prowadzenie działań marketingowych przy jednoczesnej personalizacji ofert pod preferencje klienta. Takie rozwiązania znaleźliśmy w systemie SALESmanago. Wdrożony marketing automation sprawił, że nasze działania znacznie zwiększyły skuteczność w e-commerce. Osiągnęliśmy duże wzrosty współczynników konwersji, ale i otworzyły się nowe możliwości z zakresu CRM. SALESmanago to połączenie wszystkich niezbędnych rozwiązań w jednym miejscu. System jest bardzo intuicyjny, posiada przejrzysty interfejs, a współpraca przebiega wzorowo dzięki opiece profesjonalnego opiekuna.

Robert Karkowski  
właściciel firmy



## Klient

Firma wyrasta z osobistego dążenia właścicieli do zaspokojenia własnej potrzeby posiadania modnych, wysokiej jakości ubrań w dużych rozmiarach. Z czasem umocniła pozycję lidera na lokalnym rynku, sukcesywnie poszerzając swoją ofertę. W 2011 roku wdrożyła model eCommerce.

Korzystając z platformy Allegro, stała się ogólnopolskim liderem w sprzedaży detalicznej odzieży plus size.

Jednym z priorytetów firmy jest wspieranie lokalnego, polskiego przemysłu.



# Wyzwania

aktywizacja oraz gratyfikacja kontaktów zapisanych do programu lojalnościowego

aktywizacja klientów, którzy przestali dokonywać regularnych zakupów

wielokanałowość - używanie wielu kanałów do komunikacji z użytkownikami

automatyzacja procesów marketingowych

prowadzenie atrakcyjnej dla odbiorcy komunikacji omnichannelowej (e-mail, webpush, sms, komunikaty na stronie), pozwalającej na dostarczanie spersonalizowanej oferty w najlepszym dla niego momencie

konieczność dostosowania oferty indywidualnie do każdego klienta



# Realizacja

## Lead generation

formularze kontaktowe, pop-upy, po wypełnieniu których klient otrzymuje kod rabatowy

wstępna segmentacja na etapie formularza progresywnego poprzez stopniowe zbieranie informacji o kliencie i jego preferencjach zakupowych

informacja o preferencjach klienta przesyłana jest na kartę kontaktu

## Procesy automatyzacji

workflow, z wykorzystaniem predykcji zakupowej oraz rekomendacjami 1-to-1 aktywizujące kontakty po zakupie, aby zmniejszyć ryzyko utraty klienta, tym samym zwiększając zyski

workflow dopasowane do progu w programie lojalnościowym (zmiennie oferty w zależności od progu oraz bonusowe punkty i rabaty dostosowane do progu programu)

wieloetapowe ominchannelowe ratowanie porzuconego koszyka

## On Site

inteligentne rekomendacje produktowe (AI)

wyświetlanie ostatnio oglądanych produktów na dedykowanym widżecie

dynamiczne pop-upy

dedykowany widżet zachęcający do zapisu do programu lojalnościowego (wyświetlany kontaktom anonimowym oraz tym niezapisanym)

## Komunikacja z klientem

e-mail marketing masowy

maile dynamiczne

web-pushe standardowe i dynamiczne

sms

komunikacja on-site

live chat

## Segmentacja

segmentacja behawioralna, transakcyjna i deklaratywna

segmentacja klienta wg odwiedzin na stronie

segmentacja wg przeglądanych oraz zakupionych produktów

segmentacja wg czasu od ostatniego zakupu

segmentacja wg częstotliwości zakupów

segmentacja wg wpływów pieniężnych

segmentacja wg aktywności newsletterowej

segmentacja w oparciu o próg programu lojalnościowego





## Efekty

4000%

ROI dla wdrożenia  
Marketing Automation.

702%

wyższe średnie CLV kontaktów  
biorących udział w programie  
lojalnościowym.

2%

wyższa średnia wartość transakcji  
z programu lojalnościowego  
w stosunku do wszystkich  
transakcji.

17%

całości sprzedaży stanowią  
transakcje kontaktów  
z programu  
lojalnościowego.

51%

całości stanowią  
transakcje wspierane przez  
SALESmanago.

59%

wartość współczynnika otwarć  
e-maili dynamicznych z programu  
lojalnościowego.



## Efekty

979%

większy OR w stosunku do  
maili masowych.

26%

wzrost bazy w stosunku do  
roku poprzedniego.

1120%

wyższy współczynnik kliknięć w e-mailach  
dynamicznych z programu lojalnościowego  
w stosunku do e-maili masowych.



# Możliwości rozwoju

Wdrożenie Personal Shopping Inbox, aby informować o promocjach i aktualnej ofercie również kontakty anonimowe

Wdrożenie wyszukiwania za pomocą grafiki  
Cinderella AI Visual Products Search

Remarketing z wykorzystaniem Google Ads





