

SAVICKI

11 754%

11 754% ROI dla wdrożenia
Marketing Automation

45%

transakcje wspierane
przez SALESmanago
stanowią ponad 45%

Personalizacja treści oraz zaawansowana segmentacja odbiorców to coś, czego do tej pory brakowało w naszym e-mail marketingu. Dziś wiemy, że dzięki SALESmanago możemy prowadzić sprawny i skuteczny mailing oraz wdrażać efektywne rozwiązania, które pomagają nam budować silne relacje z klientami kierując do nich dopasowaną ofertę we wrażliwej branży jaką jest sprzedaż wyrobów jubilerskich online.

Radostław Gołębski
Członek Zarządu



O firmie

SAVICKI w ciągu ostatnich 5 lat zbudował pozycję lidera e-commerce w segmencie Wedding&Engagement w Polsce, a dziś oferuje również swoje produkty na sześciu rynkach zagranicznych - w Niemczech, Czechach, Słowacji, Węgrzech, Bułgarii i Rumunii. Marka SAVICKI to również ponad 45 lat rodzinnej tradycji jubilerskiej. Od 1976 roku towarzyszymy naszym klientom w najważniejszych chwilach ich życia – wspólnie celebrując miłosne wyznania i ślubne przysięgi.



Wyzwania

Aktywizacja oraz segmentacja klientów,
na każdym etapie Buyer's Journey

Konieczność dostosowania oferty
oraz sposobu komunikacji indywidualnie
dla każdego klienta

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



Cele

Utrzymanie lojalności wobec marki
oraz zwiększenie retencji

Zwiększenie wartości
Customer Lifetime Value

Automatyzacja nowych procesów
marketingowych i dotarcie
do użytkowników wieloma kanałami



Realizacja

Onsite

Inteligentne rekomendacje produktowe (AI)

Konwersja anonimowego ruchu na stronie

Komunikacja z klientem

E-mail marketing

Web Push

Mobile marketing

Komunikacja on-site

Procesy automatyzacji

Ominchanelowe odzyskiwanie porzuconego koszyka

Kampanie retencji

Dynamiczne wielokanałowe odzyskiwanie porzuconej sesji

Kampanie aktywizujące użytkowników

Segmentacja

Segmentacja behawioralna, transakcyjna, deklaracyjna oraz geograficzna

Segmentacja klienta wg odwiedzin na stronie oraz aktywności zakupowej

Lead generation

Pop-up z kodem rabatowym oraz progresywną segmentacją



Efekty

11 754%

11 754% ROI dla wdrożenia
Marketing Automation

41%

41% transakcji wspieranych last click
zostało wygenerowane przez kampanie
automatyczne dopasowane 1-do-1
do aktywności użytkowników

45%

Transakcje wspierane przez
SALESmanago
stanowią ponad 45%

622%

622% wyższy współczynnik kliknięć
oraz 206% wyższy współczynnik
otwarć w e-mailach dynamicznych
z rekomendacjami dopasowanymi
1-do-1 w stosunku do e-maili
masowych

23%

Wzrost bazy kontaktów o 23%
w skali roku



Możliwości rozwoju

Wdrożenie Customer
Preference Center

Wdrożenie Cinderella
AI Visual Products Search

Uruchomienie Programu
Lojalnościowego



SALES  **manago**