

# BLACO

14%

wszystkich transakcji  
pochodzi z Personal  
Shopping Inbox

59%

wszystkich kontaktów  
jest kontaktami  
monitorowanymi

Zintegrowanie Blaco.it z systemem SALESmanago okazało się naszą najmądrzejszą decyzją ostatnich 10 lat. Wdrożenie systemu przebiegło szybko, a użytkowanie jest niezwykle łatwe. Dzięki dokładnie rozpisanej instrukcji system jest dla nas przejrzysty, pomimo ogromu przydatnych funkcjonalności. Ciągłe się również rozwija, kolejne zaś moduły pojawiają się błyskawicznie w odpowiedzi na dynamicznie zmieniające się zapotrzebowanie rynku.

Za systemem informatycznym stoją jednak ludzie. Doskonała jakość współpracy, rzetelność, pracowitość oraz nastawienie, z jakimi ja i mój zespół spotkaliśmy się w trakcie wdrożenia, czynią z SALESmanago wspaniałą firmę i partnera wyjątkowego nawet według dzisiejszych, bardzo wysokich standardów.

Jacopo Riccardi

**E-Commerce Manager & Creative Director Blaco s.r.l.**



## Klient

Głównym kanałem sprzedaży klienta jest strona Blaco.it. Marka zarządza ponadto dwoma stacjonarnymi sklepami, posiada też gęstą sieć przedstawicieli handlowych, pokrywającą teren całych Włoch. W ciągu ostatnich kilku lat Blaco s.r.l. poszerzyło swoją, i tak już bogatą, ofertę, o produkty higieny osobistej, środki czystości, dla zwierząt domowych oraz wiele artykułów gospodarstwa domowego, jak naczynia czy przybory kuchenne.

Blaco s.r.l. nie jest przy tym marką wyłącznie B2B. Oferta dla klientów detalicznych dostępna jest zarówno na stronie Blaco.it, jak i w sklepach stacjonarnych.



# Wyzwania

Decydując się na SALESmanago nie spodziewaliśmy się, z jak wyszukanym i rozbudowanym narzędziem automatyzacji marketingu się spotkamy. Potrzebowaliśmy systemu, który jedynie:

usprawni  
zarządzanie  
wysyłką maili

ograniczy do 0  
ilość naszych maili  
oznaczonych jako  
SPAM

zmniejszy ilość  
rezygnacji  
z subskrypcji

Już podczas pierwszej prezentacji zorientowaliśmy się jednak, że możemy zarządzać wieloma działaniami marketingowymi za pomocą jednego programu. Pozwoliło nam to wyeliminować wiele niepotrzebnych już narzędzi.





# Rozwiązania

## RMF Automation

Używane w celu segmentacji bazy kontaktów. Dzięki niemu możemy teraz zbierać jeszcze bardziej szczegółowe informacje o naszych klientach. Możemy też podzielić ich według segmentów: czas od ostatniego zakupu, częstotliwość zakupu, wpływy pieniężne.

## Pop-upy, Formularze, Landing page

Za pomocą tych elementów jesteśmy w stanie na bieżąco powiększać naszą bazę kontaktów. Dzięki wykorzystywaniu opcji double opt-in mamy pewność, iż kontakty znajdujące się w naszej bazie faktycznie są zainteresowane otrzymywaniem od nas informacji marketingowych.

## Masowa wysyłka maili

Masowa i regularna, a przede wszystkim spersonalizowana wysyłka newsletterów, dzięki której wskaźniki otwarć i kliknięć pozostają na zadowalającym poziomie.

## Matryce Segmentacji

Idealnie sprawdzające się przy dodawaniu klientom tagów na podstawie odwiedzin wybranych stron internetowych.

## Personal Shopping Inbox

Nowa funkcjonalność SALESmanago, wdrożona bezpośrednio po rozpoznaniu jej wielkiego potencjału. Umożliwia pokazywanie powiadomień na stronie, produktów ostatnio przez kontakt oglądanych oraz ulubionych. Wyjątkową cechą tej funkcjonalności jest możliwość dotarcia do klientów anonimowych, co w wypadku wysyłki podobnych Web Push'y nie jest możliwe.

## Ramki rekomendacji

Ramki pomagają w cross-sellingu i up-sellingu. Dzięki nim możemy pokazać kontaktom produkty, które były ostatnio oglądane, produkty najczęściej kupowane, bądź te już kupione przez kontakt. Co więcej, dzięki wykorzystaniu AI, możemy pokazać produkty najczęściej kupowane po obejrzeniu innego produktu, najczęściej oglądane razem oraz najczęściej kupowane razem.

## Social Proof Widget

Ten mały, ale jakże użyteczny widget, w bardzo prosty i szybki sposób podniósł nam statystyki sprzedaży. Informuje on, o tym ile osób w danym momencie ogląda wybrany produkt.

## Mobile Marketing

SALESmanago umożliwił również wysyłkę i tworzenie wiadomości tekstowych SMS. Za pomocą tego modułu, mogliśmy dotrzeć do naszych klientów kolejnym z dostępnych kanałów.

## Email po wizycie z ostatnio oglądanymi produktami

Dzięki tej opcji jesteśmy w stanie wysłać do kontaktu maile z ostatnio oglądanymi przezeń produktami, w celu ponownego rozbudzenia zainteresowania.

## Poprawna jakość bazy kontaktów

SALESmanago ułatwia zarządzanie i analizę dostępnych kontaktów podczas pracy z bazą. Higiena bazy znacząco poprawia dostarczalność w kampaniach mailingowych.

## Email z porzuconym koszykiem

Wszelkie zdarzenia zewnętrzne dotyczące operacji wykonywanych przez klienta w koszyku są przesyłane do systemu. Dysponując tymi informacjami, możemy ustawić Regułę Automatyzacji. Reguła ta analizuje aktywność w koszyku. Jeśli, pomimo działań w koszyku, zakup nie został sfinalizowany, przesyła klientowi przypomnienie o porzuconym koszyku, w celu skłonienia go do dokończenia zakupów.





# Rezultaty

14%

14% wszystkich transakcji pochodzi z Personal Shopping Inbox.

260%

zwiększona o 260% otwieralność maili, wysyłanych przez Reguły Automatykacji.

460%

zwiększona o 460% klikalność maili, wysyłanych przez Reguły Automatykacji.

38%

38% wszystkich transakcji zostało złożone za pomocą Ramek Rekomendacji.

