

CONVERSE

3663%

ROI dla wdrożenia
Marketing Automation

850%

Aż do 850% wyższy CTR
oraz do 161% wyższy OR dla e-maili
dynamicznych w porównaniu
do kampanii masowych

Studium Przypadku opisuje efekt wdrożenia Customer Engagement Platform w internetowym sklepie Converse, franczyzy Orbico.

Współpraca z SALESmanago zrodziła się z potrzeby wdrożenia systemu służącego do pełnej automatyzacji działań marketing automation w naszym dziale eCommerce. Praca z tym narzędziem pozwoliła nam przede wszystkim na pozyskiwanie leadów, automatyzację wysyłki newsletterów, personalizację i segmentację bazy danych. Nasze wyniki rosną, co widać w raportach. Możliwości programu są ogromne, a dodatkowo cały czas pojawiają się nowe funkcje wspierające rozwój działań marketingowych. Zaangażowanie i profesjonalizm naszego opiekuna sprawiają, że współpraca przebiega bezproblemowo.

Aneta Ochnik
Online Content and Sales Coordinator



O firmie

Nasza firma rozwija swoją działalność od 1993 roku. Zarówno w Polsce jak i krajach sąsiadujących, dążymy do pozycji najlepszego dystrybutora w sektorze lifestyle. Nasz dział eCommerce dynamicznie się rozrasta, zwiększa się zarówno wartość produktów sprzedanych online, jak i liczba naszych sklepów internetowych. Prężnie się rozwijamy i chcemy zaprezentować naszą ofertę na wielu nowych rynkach. Zależy nam na budowaniu solidnych relacji z klientami.



Wyzwania

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

Konieczność dostosowania oferty
oraz sposobu komunikacji indywidualnie
dla każdego klienta

Utrzymanie lojalności wobec marki
oraz liczby dokonywanych transakcji

Automatyzacja procesów
oraz implementacja najlepszych
praktyk funkcjonujących
w automatyzacji marketingu

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





Realizacja

Onsite

Stymulacja kontaktów do zakupów z wykorzystaniem widgetu social proof
Konwersja anonimowego ruchu na stronie
Wykorzystanie powiadomień w Personal Shopping Inbox

Komunikacja z klientem

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

Procesy automatyzacji

Ominchanelowe odzyskiwanie porzuconego koszyka
Dynamiczny wielokanałowy retargeting po wizycie
Kampanie aktywizujące nieaktywnych użytkowników
Rekomendacje po zakupie
Kampanie

Segmentacja

Segmentacja behawioralna, transakcyjna oraz deklaracyjna
Segmentacja Recency, Frequency and Monetary
Segmentacja klienta wg odwiedzin na stronie, aktywności zakupowej oraz newsletterowej

Lead generation

Pop-up, sidebar oraz formularz z kodem rabatowym



Efekty

3663%

ROI dla wdrożenia
Marketing Automation

54%

Transakcje wspierane
przez SALESmanago
stanowią ponad 54%

73%

Ponad 73% transakcji
wspieranych last click
wygenerowanych zostało
przez reguły automatyzacji
oraz workflow

397%

Do 397% wyższy współczynnik
otwarć oraz do 701% wyższy
współczynnik kliknięć w e-mailach
dynamicznych z rekomendacjami
dopasowanymi 1-do-1 w stosunku
do e-maili masowych

28%

Wzrost bazy kontaktów
o 28% w skali roku

850%

Aż do 850% wyższy CTR
oraz do 161% wyższy OR dla e-maili
dynamicznych w porównaniu
do kampanii masowych



Możliwości rozwoju

Wdrożenie Customer
Preference Center

Wdrożenie Cinderella
AI Visual Products Search

Uruchomienie Programu
Lojalnościowego



SALES  **manago**