

GOOD HEALTH NATURALLY

66%

wzrost wskaźnika otwarć
w wiadomościach wysyłanych
automatycznie w porównaniu
do wysyłek masowych,
106% wzrost CTR

50%

wszystkich transakcji
online jest obsługiwanych
przez SALESmanago

SALESmanago ulepszyło naszą komunikację marketingową, dając zespołowi możliwość łatwej personalizacji treści w każdym segmencie klientów, w oparciu o ich zachowania i zainteresowania w Internecie. Odkąd SALESmanago uruchomiło swoje funkcje powiadomień SMS, Web Push i formularzy Dynamic Web Lead Gen, udało nam się zwiększyć zasięg i dotrzeć do klientów i potencjalnych klientów poprzez preferowane przez nich kanały. Jestem pod szczególnym wrażeniem prostych w obsłudze a jednocześnie bogatych w możliwości funkcji automatyzacji SALESmanago, które teraz działają w tle, edukując obserwujących nas użytkowników w wybranych tematach, generując ruch na stronie oraz ostatecznie zwiększając przychody. Zawsze jesteśmy bardzo podekscytowani, słysząc o nowych funkcjach SALESmanago.

Abigail Irlam
Marketing Manager



Klient

Good Health Naturally - wysokiej jakości rozwiązania
zdrowotne, które działają!

Good Health Naturally są pionierami w opracowywaniu i sprzedaży wysokiej jakości suplementów diety na całym świecie z biurami w Wielkiej Brytanii, UE, USA, Kanadzie, Australii i Indiach. Teraz, po 35 latach na rynku, Good Health Naturally ma w ofercie ponad 100 suplementów diety, które są szeroko badane i wspierane przez naukę.

SALESmanago



Wyzwania

Zwiększenie konwersji sprzedaży poprzez monitorowanie zachowań klientów na stronie i wysyłanie spersonalizowanych treści

Budowanie długotrwałych relacji z klientem i zwiększanie świadomości marki

Generowanie leadów dzięki formularzom i pop-upom na stronie oraz cyklicznej organizacji webinarów

Poprawienie CLV, poprzez edukację klientów na temat produktów i wartości, które reprezentują.





Rozwiązania

Generowanie leadów

Formularz zapisu do newslettera oraz formularz kontaktu telefonicznego na stronie internetowej. Kontakty otrzymują kod rabatowy po wypełnieniu.
Ankieta pozakupowa, w której zbierane są informacje o poziomie satysfakcji klientów oraz informacje zwrotne dotyczące produktów w serwisie.

Na stronie

Formularz zgody na web push
Landing page do rejestracji na webinar

Segmentacja

Segmentacja geograficzna
Segmentacja behawioralna
Segmentacja RFM

Kanały komunikacji

E-mail
Wiadomości SMS
Powiadomienie web push
Media społecznościowe





Rozwiązania

Procesy automatyzacji

Kampania powitalna. Po potwierdzeniu subskrypcji newslettera nowy kontakt otrzymuje pierwszego maila z 15% rabatem na kolejne zamówienie. System czeka 3 dni i jeśli kontakt nie złożył zamówienia, wysyła drugi e-mail jako przypomnienie. Po kolejnych 3 dniach system ponownie sprawdza status zakupu i wysyła trzeci e-mail w przypadku, gdy klient nie złożył zamówienia.

E-maile Healthy Hacks. Gdy kontakt kliknie na e-mail z zaproszeniem, rozpoczyna workflow i kontakt dołącza do 7-tygodniowego programu Healthy Hacks firmy Good Health Naturally. E-maile wysyłane raz w tygodniu.

Porzucony koszyk. Po 2 godzinach od porzucenia koszyka przez kontakt system wysyła mu pierwszą wiadomość e-mail z przypomnieniem o produktach w koszyku. W ciągu 2 dni system ponownie sprawdza zdarzenia zewnętrzne i jeśli kontakt nie złożył zamówienia, wysyła drugiego e-maila. Za 5 dni kontakt otrzyma e-mail z 15% zniżką.

Kampania posprzedażowa Heart Health. Po wypełnieniu przez kontakt ankiety po zakupie, zaczyna on otrzymywać wiadomości e-mail, zredagowane w oparciu o jego odpowiedzi i zainteresowania wyrażone w ankiecie.

Kampania dla Klientów nieaktywnych przez 4 miesiące. Gdy kontakt zmienia segment „Czas od ostatniego zakupu” w RFM marketing automation z krótkiego na średni (ostatnie zamówienie złożone 4 miesiące temu) system wysyła 1 e-mail z pakietem sesji coachingu zdrowia (o wartości 40 USD) całkowicie za darmo. Po 7 dniach kolejny e-mail zawiera kod rabatowy 15% zniżki. 3 e-mail jest wysyłany jako przypomnienie kodu Exclusive 15%.

Kampania dla Klientów nieaktywnych 12 miesięcy. Gdy kontakt zmieni segment „Czas od ostatniego zakupu” w RFM marketing automation ze średniego na długi (kontakt złożył ostatnie zamówienie 12 miesięcy temu) system wysyła e-mail z okazji 1 rocznicy z 15% rabatem. Po 2 tygodniach wysyłany jest drugi e-mail przypominający o kodzie rabatowym i zachęcający do ponownego złożenia zamówienia.



Efekty

66%

wzrost wskaźnika otwarć
w wiadomościach wysyłanych
automatycznie w porównaniu
do wysyłek masowych,
106% wzrost CTR

50%

wszystkich transakcji online
jest obsługiwanych
przez SALESmanago

27%

wzrost bazy kontaktów w
stosunku do ubiegłego roku

7%

CTR w powiadomieniach
web push



Możliwości rozwoju

Wdrożenie ramek
rekomendacji na stronie
internetowej, dostosowanych
do zainteresowań
i zachowań klientów

Wdrożenie Customer
Preference Center

Wdrożenie Cinderella
AI Visual Products Search

Wdrożenie Personal
Shopping Inbox



