

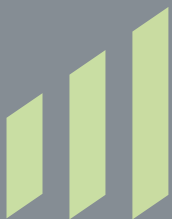


Firma Nahdi, uzyskująca 2,3 mld USD przychodów w handlu detalicznym i eCommerce, przenosi na nowy poziom doświadczenie konsumenckie 4 milionów klientów z pomocą SALESmanago



Segmentacja, personalizacja, automatyzacja komunikacji oraz CDP dają nam przewagę niezbędną do przekroczenia oczekiwań gości naszej strony i wypracowania ponadprzeciętnych wyników biznesowych.

Paweł Dąbrowski, Omnichannel Director, Nahdi



Firma Nahdi Medical poprawia doświadczenia konsumentów ponad 4 mln osób, prowadząc zautomatyzowaną i hiperspersonalizowaną komunikację omnichannel, odpowiedzialną za znaczną część ich przychodów, dzięki platformie Customer Data autorstwa SALESmanago.

O firmie

Nahdi Medical Company, z siedzibą w Dżuddzie, jest wiodącą siecią aptek w Arabii Saudyjskiej i na Bliskim Wschodzie. Zarządza i prowadzi ogólnokrajowe sieci około 1200 sklepów w 145 miastach i wsiach w Arabii Saudyjskiej i Zjednoczonych Emiratach Arabskich. Pozycjonuje to firmę jako jednego z największych i odnoszących najbardziej spektakularne sukcesy sprzedawców detalicznych w regionie. W 2022 r. firma przyciągnęła aż 1,8 miliarda USD od inwestorów detalicznych w swojej pierwszej ofercie publicznej akcji, co pewnie usytuowało ją na pozycji drugiej co do wielkości spółki na giełdzie Arabii Saudyjskiej.

Firma prowadzi sklepy stacjonarne, a także wiele kanałów cyfrowych, w tym witrynę eCommerce i aplikacje mobilne. Nahdi opracowała dla swoich gości program lojalnościowy „Nuhdeek”, cieszący się już 4 milionami uczestników.

Firma postrzega się jako „apteka społecznościowa” i do tej optyki dostosowuje swoje działania. Dlatego Nahdi Medical Company nie tylko służy społeczności poprzez swoje produkty, prowadzi też różne programy edukacyjne dotyczące zagadnień zdrowia oraz kampanie profilaktyczne.

Efekty

165%

większy CR dla emaili automatycznych w porównaniu do kampanii masowych

55%

OR dla emaili automatycznych retargetujących klientów na podstawie ich ostatnich zainteresowań

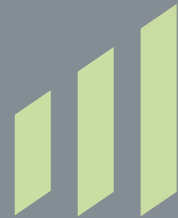
183%

wyższy OR dla emaili dynamicznych w porównaniu do kampanii masowych

177%

wyższy CTR dla emaili dynamicznych w porównaniu do kampanii masowych

Wyzwania



- Nahdi oferuje swoje produkty i usługi w wielu różnorodnych kanałach: na stronie internetowej, w aplikacji mobilnej oraz w sklepach stacjonarnych. **Zrozumienie preferencji i zachowań gości wymaga właściwego zarządzania ogromnymi ilościami gromadzonych danych.**
- Nahdi ma wiele profili idealnego klienta. **Konieczne jest więc odpowiednie dostosowanie sposobu komunikacji i rekomendacji usług/produktów do każdego z nich.**
- Produkty i usługi Nahdi są bardzo zróżnicowane. **Z uwagi na to, do utrzymania wzrostu, niezbędna jest również odpowiednia segmentacja na tym poziomie.**
- Firma ma wielu klientów jednorazowych, poszukuje więc skutecznych sposobów **na budowanie lojalności wobec marki.**



Cele

Optimalizacja wdrożonych scenariuszy zautomatyzowanych. Do tej pory firma Nahdi zautomatyzowała wiele scenariuszy marketingowych. Dla dalszej poprawy ich efektywności, konieczne jest ciągle mierzenie wyników, wyciąganie wniosków i wprowadzanie zmian tam, gdzie jest to potrzebne.

Automatyzacja nowych procesów marketingowych. Nahdi osiąga najlepsze wyniki używając zautomatyzowanych scenariuszy. Umożliwia to kontakt z właściwymi użytkownikami, przy użyciu dobranych treści, we właściwym czasie i właściwym kanałem.

Dotarcie do użytkowników wieloma kanałami i budowa synergii (omnichannel). Bardzo ważne jest, aby skutecznie komunikować się z użytkownikami w wielu punktach kontaktu.

Budowa profili kontaktów 360° poprzez zbieranie danych ze strony internetowej, aplikacji mobilnej oraz źródeł offline. Pozyskane dane umożliwiają precyzyjne ukierunkowanie i spersonalizowanie komunikacji.

Zwiększanie wartości w cyklu życia (LTV) klientów. Nahdi rozumie, jak wielki potencjał wzrostu wyników sprzedaży tkwi w zwiększeniu LTV obecnych klientów.

Budowa lojalności wobec marki wśród dotychczasowych użytkowników. Stali użytkownicy mają ogromny udział w wynikach sprzedaży, dlatego niezwykle ważne jest ich utrzymanie.

Rozwiązania

Wyzwanie 1

Nahdi oferuje swoje produkty i usługi w wielu różnorodnych kanałach: na stronie internetowej, w aplikacji mobilnej oraz w sklepach stacjonarnych. Zrozumienie preferencji i zachowań gości wymaga właściwego zarządzania ogromnymi ilościami gromadzonych danych.

Dane z różnych lokalizacji są agregowane w SALESmanago w jednym widoku kontaktu, co umożliwia sprawną analizę.

Nahdi zbiera dane z wielu lokalizacji i gromadzi je w wielu miejscach. Dzięki rozwiązaniom oferowanym przez SALESmanago dane są synchronizowane z systemami wewnętrznymi klienta, w czasie rzeczywistym.

Aby wzbogacić profile kontaktów, Nahdi wykorzystuje takie moduły jak Centrum Preferencji Klienta, ankiety NPS, formularze progresywne, i automatyczna komunikacja do zbierania danych zero-party.

The screenshot shows a user interface for personalizing communication preferences. At the top, the Nahdi logo is displayed. The main heading is 'Personalize YOUR Communications Preferences'. Below this, there are several sections for user input:

- Let us know more about yourself:** Includes 'Select Your Gender' with 'Male' and 'Female' options, and 'Select Your Preferred Language' with 'English' and 'Arabic' options.
- Let us know more about your communications preferences:** Includes 'How often would you like to hear from us?' with radio button options: 'As often as possible', 'Twice a week' (selected), 'Once a week', 'Once every two weeks', and 'Only once a month'.
- Choose your preferred communication channels:** Includes checkboxes for 'Emails' and 'SMS', both of which are checked.
- Choose your preferred content:** Includes a checkbox for 'I would like to receive the following communications from Nahdi:' and a list of content types with checkboxes: 'Personalized and Special Offers on your favorite products', 'New & Exciting Product Features', 'Nuhdeek Program Members Only Offers and Monthly Statement', 'Health and Wellness Services and Special Offers from Nahdi Care Clinic', 'Invitations to Special Events', 'News & Announcements', 'Nuhdeeki AL Jamal Club', and 'Mom & Baby Club'. There is also an option for 'I would like to be unsubscribed from all communications.'

A 'Submit' button is located at the bottom of the form.

Wyzwanie 2

Nahdi ma wiele profili idealnego klienta. Konieczne jest więc odpowiednie dostosowanie sposobu komunikacji i rekomendacji usług/produktów do każdego z nich.

Klienci są automatycznie segmentowani według różnorodnych kategorii: preferowany kanał komunikacji/częstotliwość; zainteresowania; problemy zdrowotne; aktywność online i offline; itd.

Dzięki skrupulatnej segmentacji Nahdi uruchomiła zautomatyzowane kampanie masowe i komunikację o precyzyjnie określonych celach.

Mając do dyspozycji wiele kanałów dostępnych dzięki SALESmanago, Nahdi realizuje kampanie dopasowując zdolność omnichannel do preferencji i atrybutów użytkownika.

Nahdi zachęca internautów, którzy nic nie kupili podczas wizyty w sklepie internetowym, do odwiedzenia najbliższego sklepu stacjonarnego.

Klienci, którzy preferują zakupy online, otrzymują oferty darmowej dostawy swoich zamówień.

View this email in browser

nahdi النهدي

نهديك الجمال
nuhdeeki al jamal

Dear Guest

WE HAVE A SPECIAL OFFER ONLY FOR YOU!
Follow the steps to get your special offers

- 1
- 2
- 3

Visit Nahdi & share your mobile number or your Nuhdeek ID

Ask the pharmacist about your special offers

Enjoy shopping & continue visiting Nahdi Pharmacies

your skincare routine with Vaseline

50% OFF

Vaseline Intensive Care Aloe Soothe

Vaseline Intensive Care Ice Cool Hydration

Vaseline Essential Even Tone UV Lightening

starting from 11 SR


Shop Offer Online

Offer applied when product is added in Nahdi shopping cart

Wyzwanie 3

Produkty i usługi Nahdi są bardzo zróżnicowane. Z uwagi na to, do utrzymania wzrostu, niezbędna jest również odpowiednia segmentacja na tym poziomie.

View this email in browser



NEW ARRIVALS

PROMOTIONS

New products between your hands





[Visit Website >](#)

Hello Yasser

Don't miss out on the exclusive products and offers at NahdiOnline.
Shop all that you need in one place with ease and comfort.

Order and receive on the same day

[Shop Now](#)

	Vichy Densi-Solutions Hair Mass Concentrate 100 ML 169,06 SAR 126,79 SAR Get it Now!
	Dove Conditioner With Coconut Oil & Turmeric 350 ml 27,95 SAR Get it Now!
	Isis Pharma Neotone Eyes 15 ML 165,60 SAR 124,20 SAR Get it Now!
	Ogx Thick & Full Biotin & Collagen Conditioner 385 ML 71,40 SAR Get it Now!

Klienci są również podzieleni na segmenty na podstawie atrybutów zakupionych i oglądanych produktów.

Gdy Nahdi jest już w stanie zidentyfikować aktualne potrzeby, wykorzystuje kampanie remarketingowe, retargetując klientów z produktami, którymi wyrazili zainteresowanie, ale nie dokonali zakupu.

Kampanie automatyczne są uzupełniane o rekomendacje produktowe, wspierane przez AI, na podstawie analizy koszyków zakupowych innych klientów.

Kiedy klienci dokonują zakupu, stają się celem kampanii cross-sellingowych, mających na celu znalezienie i podpowiedzenie produktów komplementarnych.

Nahdi wykorzystuje rozwiązania do automatycznego polecenia produktów PRIME, które chcą promować.

Wyzwanie 4

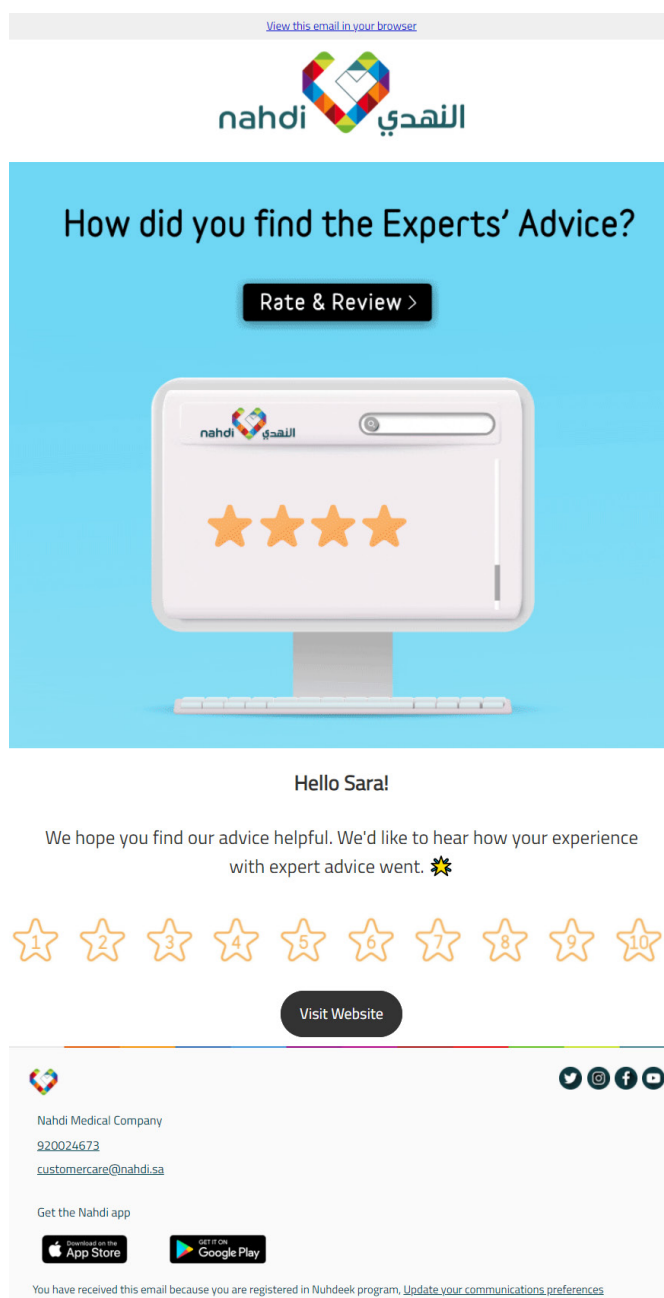
Firma ma wielu klientów jednorazowych, poszukuje więc skutecznych sposobów na budowanie lojalności wobec marki.

Zautomatyzowane scenariusze, mające na celu zachęcenie do różnorodnych działań w ramach programu lojalnościowego.

Nahdi ociepla swój wizerunek wśród użytkowników, oferując im specjalne prezenty i promocje na urodziny.

Po wystąpieniu konkretnej aktywności ze strony użytkownika, firma automatycznie wysyła serię edukacyjnych e-maili, informujących o produktach i usługach związanych z jego zainteresowaniami.

Po odwiedzeniu strony, Nahdi zachęca swoich klientów do lektury ciekawych artykułów na blogu. Opisują tam sposoby radzenia sobie z różnymi problemami zdrowotnymi oraz doradzają, jak prowadzić zdrowy tryb życia.



Nahdi Feedback

SALESmanago dostarcza rozwiązanie służące wielu celom, wzmacniające naszą obecność zarówno w kanałach fizycznych, jak i cyfrowych.

Segmentacja, personalizacja, automatyzacja komunikacji, oraz CDP dają nam przewagę niezbędną do przekroczenia oczekiwań gości naszej strony i wypracowania ponadprzeciętnych wyników biznesowych. Prawdziwe doświadczenie omnichannel byłoby bez nich niemożliwe.

To, co uderzyło mnie wyjątkowo, to prostota obsługi, intuicyjny panel administracyjny z mnogością funkcji dostępnych jednocześnie.

Zespoły Nahdi bezproblemowo pracowały z różnymi narzędziami z oferty SALESmanago (Loyalty, BI i Omnichannel) i osiągnęły świetne wyniki. Nawet jeśli napotkaliśmy wyzwania techniczne lub biznesowe, zespół wsparcia SALESmanago zawsze był na miejscu i szybko wyciągał nas z kłopotów.

Podsumowując, w porównaniu do innych wiodących rozwiązań na rynku, SALESmanago wydaje się dostarczać najwyższą wartość a Nahdi wyraża nadzieję na kontynuację naszej owocnej współpracy.



Paweł Dąbrowski, Omnichannel Director



SALESmanago

Kontakt:

info@salesmanago.com

+48 531 756 629

Amsterdam | New York | Krakow | Berlin | London

Customer Engagement Platform

Maksymalizuj przychody w eCommerce... z głową

SALESmanago to Customer Engagement Platform dla ambitnych zespołów marketingowych eCommerce, które chcą być efektywnymi i zaufanymi partnerami CEO w zwiększaniu przychodów. Z naszych opartych na AI rozwiązań korzysta już ponad 2000 firm średniej wielkości w 50 krajach, a także wiele znanych światowych marek, takich jak Starbucks, Vodafone, Lacoste, New Balance czy Victoria's Secret.



Entrepreneur
of the year



#26 Fastest
Growing Company



#11
Fast 50



G2Crowd
Users Love Us