



19x

ROI z wdrożenia
SALESmanago

18,75%

obsługiwanych transakcji
last-click generowanych
przez procesy automatyzacji

Znacząco zwiększyliśmy przychody generowane przez nasz system SALESmanago oraz wpłynęliśmy na wielkość i jakość bazy stosując na nich głęboką segmentację.

Jirka Šefler
Założyciel AJ Advert
ekspert Marketing Automation



O firmie

Sailo to firma zajmująca się wynajmem łodzi przez własną platformę cyfrową dla swoich klientów. Ich celem jest umożliwienie klientom spędzenia wolnego czasu na łodzi.



Wyzwania

Zwiększenie tempa rozbudowy bazy w celu zebrania większej liczby leadów.

Wdrażanie większej liczby automatyzacji w celu zwiększenia przychodów

Podniesienie jakości bazy. Jakość bazy to główny powód, dla którego warto zacząć korzystać z SALESmanago. Klientowi zależało na zwiększeniu go efektywniej, ale z kontaktami wysokiej jakości, ze statusami opt-in





Rozwiązania

Wdrożenie serii okienek Exit pop-up dotyczących destynacji, którą interesował się użytkownik podczas sprawdzania platformy Sailo
(ostateczny średni wzrost kwartalny na całej bazie - 5,5%)

Zwiększenie przychodów dzięki następującym kampaniom workflow:
Kampania Porzuconych Koszyków / Kampania Mail Po Zakupie / Kampania Welcome Email
(Napędzana przez SALESmanago sprzedaż z ostatnich 12 miesięcy wygenerowana przez Automatyzacje - 73%)

Zbieranie kontaktów w sposób organiczny z aktywności na stronie oraz dodatkowo konwersja kontaktów opt-out na opt-in przez kampanie Google Ads i wciąż aktywne formularze zgód, jak również okresowe wysyłki powiadomień Web Push
(94% kontaktów w bazie ma status Opt-In)



Wyniki

19x

ROI z wdrożenia
SALESmanago

18,75%

obsługiwanych transakcji
last-click generowanych przez
procesy automatyzacji

20,58%

wzrost OR dla wysyłek emaili
masowych (bieżący kwartał
do poprzedniego kwartału)

10,85%

wzrost OR dla wysyłek emaili
automatycznych (bieżący kwartał
do poprzedniego kwartału)

5,85%

transakcji obsługiwanych
przez SALESmanago

19%

Wzrost sprzedaży +19%
(kwartał do kwartału)

Czy te statystyki można zmierzyć i zwiększyć za pomocą SALESmanago?

[Czytaj więcej](#)



Możliwości rozwoju

Pierwsza jest w pełni skoncentrowana na kliencie, naszym celem jest poprawa retencji. Zbieranie Danych Zero-Party i wdrażanie głębokiej segmentacji daje nam szansę na lepsze poznanie klientów Sailo.

Drugim obszarem jest rozszerzenie korzystania z SALESmanago o dodatkowy kanał komunikacji - urządzenia mobilne z wykorzystaniem SALESmanago Mobile. Pozwoli to firmie być znacznie bliżej użytkowników i sprostać ich oczekiwaniom.



SALES  **manago**