

VOBIS

12 882 %

ROI dla wdrożenia
Marketing Automation

42%

wzrost bazy kontaktów
o 42% w skali roku

Świetne narzędzie, które daje ogrom danych analitycznych, pokazujący lejki marketingowe, przyspieszające sprzedaż zwłaszcza w obrębie AI CDP. Daje nam również szansę poznania zachowań konsumenckich, przyspiesza ścieżki decyzyjne klientów. Dzięki temu narzędziu mocno zwiększyliśmy sprzedaż, a także zmniejszyliśmy ilość porzucanych koszyków.

Łukasz Brzyski
Digital Marketing Specialist



O firmie

Vobis to jedna z najstarszych i najlepiej rozpoznawalnych marek na rynku polskim, która od 26 lat zajmuje się sprzedażą produktów z kategorii m.in. komputery, urządzenia mobilne, sprzęt RTV oraz AGD. Stale poszerza swoje portfolio, współpracując z największymi producentami branży elektronicznej. W 2006 roku pod marką Vobis uruchomiony został jeden z najbardziej zaawansowanych technologicznie sklepów internetowych Vobis.pl. Aktualnie marka Vobis prowadzi również sprzedaż stacjonarną w sklepach partnerskich sieci Vobis Partner.



Wyzwania

prowadzenie atrakcyjnej dla odbiorcy komunikacji omnichanelowej (e-mail, wepush, komunikaty na stronie), pozwalającej na dostarczanie spersonalizowanej oferty w najlepszym dla niego momencie

szeroka gama oraz zróżnicowanie produktów i konieczność dostosowania indywidualnie do każdego klienta

automatyzacja procesów oraz implementacja najlepszych praktyk funkcjonujących w automatyzacji marketingu

aktywizacja klientów, którzy przestali dokonywać zakupów

utrzymanie lojalności wobec marki



Realizacja

Lead generation

formularz oraz pop-up
z kodem rabatowym

Procesy automatyzacji

omnichannelowe ratowanie
porzuconego koszyka
dynamiczny wielokanałowy
retargeting po wizycie
gratyfikacja klientów po zakupie

On-site

inteligentne rekomendacje produktowe (AI)
Personal Shopping Inbox
dynamiczne pop-upy z rekomendacjami
widget social proof
konwersja anonimowego ruchu na stronie

Segmentacja

segmentacja behawioralna
segmentacja transakcyjna
segmentacja klienta wg odwiedzin na stronie
segmentacja wg czasu od ostatniego zakupu
segmentacja wg częstotliwości zakupów
segmentacja wg wpływów pieniężnych

Komunikacja z klientem:

e-mail marketing masowy
maile dynamiczne
web-Pushe standardowe i dynamiczne
komunikacja on-site (personal shopping inbox)



Efekty

12882%

ROI dla wdrożenia
Marketing Automation

42%

wzrost bazy kontaktów
o 42% w skali roku

21%

Transakcje wspierane
przez SALESmanago
stanowią ponad 21%

7,2%

transakcji wspieranych przez
SALESmanago wygenerowanych
zostało dzięki Personal Shopping Inbox

397%

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

51%

Ponad 51% transakcji
wspieranych last click
wygenerowanych zostało
przez reguły automatyzacji
oraz workflow



Możliwości rozwoju

wdrożenie Programu
Lojalnościowego

uruchomienie
Centrum Preferencji

remarketing z wykorzystaniem
Google Ads

