

Krakovet

Dzięki zastosowaniu automatycznych e-maili dopasowanych 1-do-1 osiąga o 796% wyższy współczynnik kliknięć i ponad 3617% wyższy współczynnik otwarć w porównaniu do e-maili masowych.

800%

wyższa efektywność
dzięki automatyzacji
kampanii e-maili
marketingowych

3600%

Większy o ponad
3600% współczynnik
otwarć maili
dynamicznych!

Salesmanago to unikalne narzędzie, które skutecznie pozwala automatyzować procesy marketingu internetowego i personalizować ofertę. Wdrażając kolejne funkcjonalności i rozwiązania oferowane przez Salesmanago obserwujemy efekt kuli śnieżnej – nie tylko znaczący wzrost przychodów, ale również zwiększenie zadowolenia naszych klientów.

Bogusława Kowalewska
Dyrektor Marketingu Krakvet



Klient

Krakvet.pl to internetowy sklep zoologiczny debiutujący w 2006 roku, który był pionierem i liderem na rynku zoologicznego eCommerce. W swoich najlepszych czasach sklep zatrudniał kilkaset osób i posiadał równolegle 20 sklepów internetowych dla różnych krajów Europy. W 2019 Krakvet przeszedł głęboką restrukturyzację organizacyjną i kapitałową, a obecnie połączył się z dużym inwestorem branżowym, Action SA. Zaistniałe zmiany pozwalają na znaczne zwiększenie skali działalności i dynamiczny rozwój sprzedażowy sklepu.



Wyzwania

prowadzenie
atrakcyjnej
dla odbiorcy
komunikacji e-mail
marketingowej

automatyzacja
procesów
marketingowych

dostarczenie
spersonalizowanej
oferty w najlepszym
momencie





Rozwiązania

Lead Generation

Dzięki funkcji Lead Generation dokonywana jest wstępna segmentacja klientów Krakvet poprzez stopniowe zbieranie informacji o nich oraz ich preferencjach zakupowych. Dane te zapisywane są na karcie kontaktu. Funkcja oferuje również formularze kontaktowe, dzięki którym klient może otrzymać kody rabatowe.

Custom Audience

SALESmanago usprawnia również komunikację z klientem poprzez optymalizację e-mail marketingu, dzięki wysyłce masowych wiadomości e-mail oraz dynamicznych e-maili i Web Pushy. Dzięki funkcji Custom Audience, istnieje również możliwość dotarcia do zróżnicowanych grup odbiorców.

Procesy automatyzacji

Procesy Automatyzacji pomagają w prowadzeniu kampani procesu sprzedażowego, w której potencjalny klient Krakvetu zostaje przydzielony do odpowiedniego segmentu i etapu lejka sprzedażowego, w zależności od swojej aktywności (koszyk, zakup, brak koszyka, brak zakupu). Odpowiednio podzielone kontakty w zależności od swojej ścieżki sprzedażowej są celem spersonalizowanych działań marketingowych, takich jak wieloetapowa kampania po porzuconym koszyku.

Segmentacja

Sama Segmentacja przebiega jednocześnie na wielu płaszczyznach, według:

- odwiedzin klienta na stronie;
- przeglądanych, zakupionych i dodanych do koszyka produktów;
- czasu do ostatniego zakupu;
- częstotliwości zakupów;
- wpływów pieniężnych;
- aktywności newsletterowej.



Rezultaty

800%

wyższa efektywność
dzięki automatyzacji kampanii
e-maili marketingowych

27%

przyrost kontaktów
po współpracy z SALESmanago
w ostatnich 12 miesiącach

3600%

większy współczynnik
otwarć maili dynamicznych

796%

wyższy współczynnik
klicnięć



