

Pakuten

Osiąga ponad 300% wyższy CTR, w porównaniu do masowych powiadomień, dzięki wykorzystaniu dynamicznych web pushy z porzuconym koszykiem. Skutecznie buduje swoją bazę klientów zachęcając do zapisania się na newsletter w zamian za kod rabatowy na darmową dostawę.

606%

wyższy CTR dynamicznych maili 1-do-1 z porzuconym koszykiem w stosunku do wiadomości masowych

338%

wyższy CTR dynamicznych web pushy 1-do-1 z porzuconym koszykiem w stosunku do powiadomień wysyłanych masowo

SALESmanago to bardzo przydatne narzędzie pozwalające na prowadzenie zautomatyzowanych działań marketingowych skupionych na efektywności. Przyjazny interfejs, duża dawka informacji na stronie oraz wsparcie opiekuna pozwala nawet początkującym użytkownikom szybko odnaleźć się w narzędziu. Możliwości narzędzia pozwalają na dopasowanie spersonalizowanych treści, co wpływa oczywiście na zwiększenie sprzedaży.

Aleksandra Matysek
Kierownik ds. Sprzedaży i Marketingu Pakuten.pl



Klient

Pakuten to sklep internetowy z odzieżą dla kobiet. W swojej ofercie posiadają sukienki, bluzki, komplety dresowe, zestawy ubrań dla mamy i dziecka i wiele innych. Sklep wyróżnia się tym, że większość ubrań powstaje we własnych szwalniach w Polsce, na Pomorzu. Dzięki szerokiej ofercie w konkurencyjnych cenach, kobiety zaopatrzą się w dowolną stylizację na specjalną okazję i na co dzień.



Wyzwania

Zwiększenie ruchu na stronie o nowych potencjalnych klientów dzięki spersonalizowanym treściom dynamicznym

Aktywizacja klientów, którzy przestali dokonywać regularnych zakupów

Wyższa konwersja sprzedaży dzięki rekomendacjom produktowym dopasowanych do preferencji klienta





Rozwiązania

Segmentacja bazy kontaktów

Klienci w systemie, dzięki aktywnemu modułowi analityki RFM, są grupowani w oparciu o swoje dane transakcyjne - w zależności od częstotliwości zakupów, ich wartości oraz czasu od ostatniej transakcji. Ponadto, klienci segmentowani są ze względu na dokonane zamówienie w sklepie internetowym, zapis do newslettera, rejestrację oraz płeć.

Email, web pushe dynamiczne 1-do-1 i ratowanie porzuconego koszyka

Klient, który odwiedził kartę produktu nie dokonał żadnego zakupu w przeciągu ostatnich dwóch godzin, otrzymuje maila z ofertą produktów, którymi się interesował. Ponadto osoba, która miała produkty w koszyku, a nie sfinalizowała transakcji, dostaje wiadomość bądź web pusha przypominającego o zawartości porzuconego koszyka. Aby zwiększyć dotarcie do klienta, stosowane są różne kanały komunikacji.

Lead generation

Użytkownik który pozostawi swój adres mailowy, otrzyma kod rabatowy na darmową dostawę. Dzięki wykorzystaniu formularza w formie sidebaru u dołu strony, budowana jest baza nowych klientów.

Kampania aktywizacyjna win-back

Klienci, którzy nie odwiedzili strony przez ostatni miesiąc, otrzymują spersonalizowanego maila z rekomendowanymi produktami.

Śledzenie zainteresowania klienta produktem z wykorzystaniem Widgetu Social Proof

Klienci przeglądając wybrane produkty, otrzymują powiadomienie na stronie z informacją, ilu innych użytkowników w tym momencie dodało produkt do swojego koszyka zakupowego. Dzięki takiemu działaniu pobudzana jest decyzja zakupowa klienta.

Dashboard sprzedażowy

System prezentuje na spersonalizowanych dashboardach na bieżąco proces pozyskiwania kontaktów oraz pozwala na śledzenie wartości wygenerowanych transakcji. Ponadto system obrazuje jak dokładnie wpływa na generowanie przychodu, pokazuje najważniejsze czynniki, przedstawia informacje o ROI oraz efektywności działań marketingowych.



Rezultaty

11,6%

całości sprzedaży generowana jest dzięki wsparciu SALESmanago

37%

sprzedaży dzięki wsparciu SALESmanago generowana jest z masowych mailingów

19%

bazy została pozyskana dzięki wykorzystaniu formularzy na stronie

259%

wyższy OR dynamicznych maili 1-do-1 z porzuconym koszykiem w stosunku do wiadomości masowych

606%

wyższy CTR dynamicznych maili 1-do-1 z porzuconym koszykiem w stosunku do wiadomości masowych

338%

wyższy CTR dynamicznych web pushy 1-do-1 z porzuconym koszykiem w stosunku do powiadomień wysyłanych masowo



Możliwości rozwoju

Przydatne
AI - przewidywanie
wartości klientów
i zysków,
jakie można
wygenerować
poprzez działania
marketingowe

Budowanie
zaufania
klienta poprzez
stworzenie
programu
lojalnościowego

Zaawansowana
segmentacja klientów ze
względu na źródło wizyty
oraz transakcje ze źródła,
w wybranym przedziale
czasowym, w oparciu
o dynamiczne segmenty



