

CASE STUDY: ANIA KRUK

Jak ANIA KRUK zwiększyła średnią wartość zamówienia o 57% dzięki wizualnym rekomendacjom AI



ania

KRUK

ANIA KRUK, znana polska marka biżuteryjna, rozpoczęła współpracę z Manago AI, aby lepiej wykorzystać potencjał cyfrowej ścieżki klienta.

Wdrożenie zaawansowanych rekomendacji opartych na AI Visual Search oraz wieloetapowych automatyzacji pozwoliło marce osiągnąć **10 218% zwrotu z inwestycji (ROI)**. Obecnie **21,3% wszystkich transakcji ANIA KRUK jest wspieranych przez platformę Manago AI**.

Zobacz, jak ANIA KRUK osiągnęła te wyniki i jak Manago AI pomogło w ich wypracowaniu.





ANIA KRUK to polska marka biżuteryjna założona w 2012 roku, która kontynuuje liczącą 180 lat rodzinną tradycję jubilerską. Widać ją również w charakterze samych kolekcji, w których lekkość, prostota i niewymuszona elegancja odgrywają kluczową rolę.

Marka jest rozpoznawalna dzięki charakterystycznym projektom łączącym współczesną estetykę z biżuterią stworzoną do noszenia na co dzień. ANIA KRUK zestawia aktualne trendy z wysoką jakością wykonania, tworząc kolekcje, które są jednocześnie wyraziste i ponadczasowe, z dużą dbałością o detal i symbolikę.

Ważnym elementem strategii marki jest budowanie bliskiej relacji z odbiorcami. ANIA KRUK prowadzi dynamicznie rozwijający się e-commerce i pozostaje w stałym kontakcie ze swoją społecznością w wielu kanałach cyfrowych.



Ta strategia przełożyła się w 2024 roku na około:

9,5 mln zł zysku

Aby umocnić swoją pozycję na rynku, ANIA KRUK rozpoczęła współpracę z Manago AI, koncentrując się na optymalizacji ścieżek klientów.

Wyzwanie:

trafne rekomendacje już od pierwszej wizyty

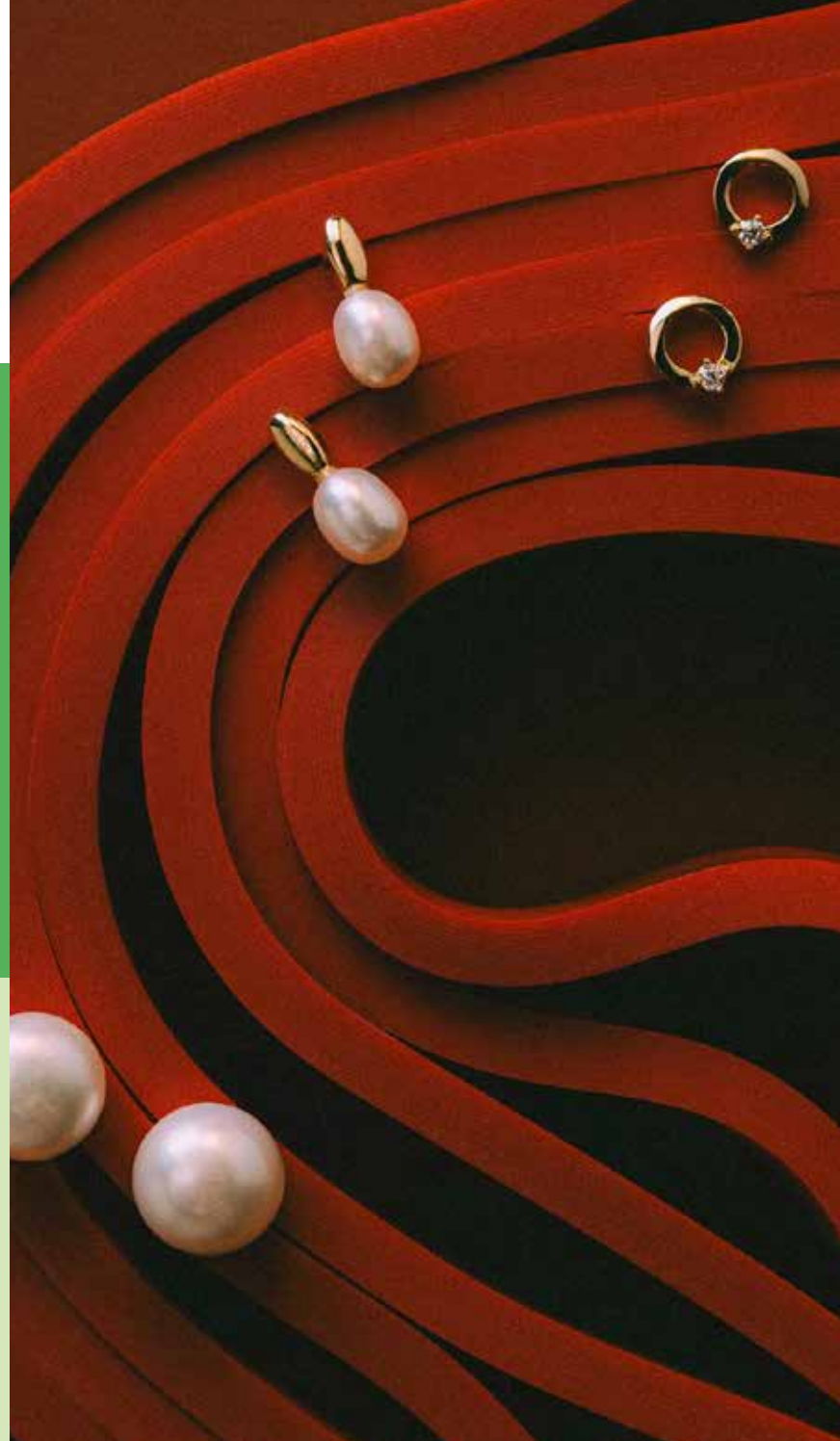


Jednym z głównych celów ANIA KRUK było dopasowanie rekomendacji produktowych do indywidualnych preferencji klienta już podczas jego pierwszej wizyty. Marka chciała, aby prezentowana oferta od początku była możliwie trafna, inspirująca i zgodna z zainteresowaniami konkretnej osoby.

Kolejnym celem było zwiększenie konwersji oraz Customer Lifetime Value (CLTV) dzięki bardziej dopasowanym ofertom, które pomagają klientom w podjęciu decyzji zakupowej, a jednocześnie budują ich długoterminowe zaangażowanie.



Istotnym wyzwaniem była również skuteczniejsza aktywizacja użytkowników znajdujących się na etapie rozważania zakupu. Miała w tym pomóc spersonalizowana komunikacja e-mailowa wykorzystująca AI oraz rekomendacje produktów podobnych wizualnie do tych, którymi klient już się interesował.



Rozwiązanie:

strategie oparte na danych i AI

Wspólnie z Manago AI zespół ANIA KRUK wdrożył kilka rozwiązań odpowiadających na najważniejsze wyzwania marki.

WIELOETAPOWE SCENARIUSZE MARKETING AUTOMATION

Proste reguły automatyzacji zostały zastąpione bardziej zaawansowanymi, wieloetapowymi scenariuszami.

Objęły one między innymi:

- odzyskiwanie porzuconych koszyków,
- dynamiczny remarketing,
- kampanie powitalne,
- scenariusze win-back,
- komunikację po zakupie,
- kampanie urodzinowe.

Celem było zwiększenie zaangażowania klienta w wielu momentach jego relacji z marką, a nie tylko przy pojedynczej interakcji.

REKOMENDACJE AI VISUAL SEARCH

ANIA KRUK odeszła od standardowych rekomendacji opartych głównie na przeglądanych kategoriach i cenie. Zamiast nich wdrożyła zaawansowane rekomendacje AI, które podpowiadają produkty podobne wizualnie do tych, którymi zainteresował się klient.

Dzięki temu rekomendacje mogły znacznie lepiej odpowiadać na jego rzeczywisty gust i preferencje.

PERSONALIZACJA STRONY I POZYSKIWANIE LEADÓW

Aby skuteczniej zbierać dane klientów i rozwijać bazę kontaktów, marka wdrożyła dynamiczne graficzne pop-upy promujące nowe kolekcje oraz akcje ograniczone czasowo.

Komunikaty na stronie zostały wykorzystane również do lepszego zagospodarowania anonimowego ruchu. Personalizacja pozwoliła dopasowywać treści do zachowania użytkowników, a mechanizmy social proof dodatkowo wspierały decyzje

SEGMENTACJA I KOMUNIKACJA OMNICHANNEL

Zespół stworzył strategię hipersegmentacji opartą na aktywności klientów, kategoriach zakupionych produktów oraz reakcjach na komunikację e-mailową.

Segmentacja została następnie połączona z komunikacją prowadzoną przez e-mail, SMS, web push i kanały on-site. Dzięki temu marka mogła zachować spójność komunikatów niezależnie od miejsca kontaktu z klientem.

Wyniki:

mierzalny wzrost wyników eCommerce

Wdrożenie platformy Manago AI przełożyło się na konkretne wyniki biznesowe.



+64%

Większa skuteczność rekomendacji AI

Sprzedaż przypisana w modelu last click w kampaniach uruchamianych po wizycie wzrosła o 64% w porównaniu ze standardowymi rekomendacjami bazującymi na wcześniej oglądanych produktach i kategoriach.



+98%

Skuteczniejsze odzyskiwanie porzuconych koszyków

Sprzedaż generowana przez e-maile przypominające o porzuconym koszyku **wzrosła o 98%**. Jednocześnie współczynnik kliknięć (CTR) tych kampanii był o **79% wyższy** niż w standardowych wiadomościach dotyczących porzuconego koszyka.



+89%

Wyższy przychód i średnia wartość zamówienia

Średnia wartość zamówienia (AOV) w transakcjach wspieranych przez Manago AI wyniosła 433,87 zł.

To o 157,87 zł, czyli 57%, więcej niż w przypadku transakcji niewspieranych przez platformę. Jednocześnie sprzedaż przypisywana w modelu last click **wzrosła łącznie o 89%**.



+747%

Znacznie wyższe zaangażowanie

E-maile zawierające rekomendacje osiągnęły **CTR o 747% wyższy** niż wysyłki masowe. Współczynnik konwersji z wieloetapowych scenariuszy automatyzacji osiągnął natomiast 7,06%, co oznacza wynik **o 20% wyższy** niż przy prostych regułach automatyzacji.



10 218%

Wpływ na wynik biznesowy

Monitorowane kontakty odpowiadają obecnie za 13% wszystkich wizyt na stronie. Jednocześnie **21,3% wszystkich transakcji** ANIA KRUK jest obsługiwanych z udziałem Manago AI, a całkowity zwrot z inwestycji w platformę osiągnął **10 218% ROI**.

Co dalej?

Po osiągnięciu tych wyników ANIA KRUK i Manago AI planują kolejne etapy rozwoju współpracy.

Wśród następnych inicjatyw znajdują się uruchomienie dedykowanego programu lojalnościowego, dalsza optymalizacja kolekcji produktowych oraz wdrożenie funkcji typu „spotlight”, które mają jeszcze lepiej wspierać doświadczenie klienta w komunikacji omnichannel.



Nowoczesny marketing powinien być prosty



Manago AI to platforma AI Customer Engagement, która pomaga zespołom rozumieć klientów, przekładać sygnały behawioralne na działania i tworzyć kampanie napędzające wzrost.

Testuj za darmo

