

CASE STUDY

SALESmanago Marketing Automation Case Study: E-commerce

Frisco.pl kilkukrotnie zwiększa skuteczność email marketingu dzięki stosowaniu zaawansowanej automatycznej segmentacji klientów w oparciu o informacje o kupowanych przez nich produktach oraz skutecznie reaktywuje klientów nie wykazujących aktywności dzięki automatycznemu programowi z kodami rabatowymi.



Frisco.pl jest jednym z największych polskich sklepów spożywczych online, które oferują dostawę zakupów do domu. Według Rankingu TotalMoney.pl z 2016 roku, sklep został wyróżniony jako najtańszy hipermarket online w Polsce. Sklep polecany jest przez 97% klientów.

Wyzwania

Celem głównym wdrożenia Marketing Automation była maksymalna personalizacja komunikacji z klientami ze względu na wysoką powtarzalność zakupów i specyficzne preferencje produktowe.

Cele szczegółowe:

- ▶ Zwiększenie ilości klientów
- ▶ Budowa profili behawioralno-transakcyjnych klientów
- ▶ Dynamiczne dopasowywanie ofert w kanale e-mail marketingowym i na stronie WWW
- ▶ Aktywizacja klientów, którzy przestali dokonywać regularnych zakupów

CASE STUDY

SALESmanago Marketing Automation Case Study: E-commerce

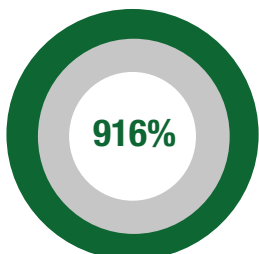
Wdrożone rozwiązania:

-  **Segmentacja bazy kontaktów**
Na podstawie danych o wizytach klientów oraz danych transakcyjnych tworzone są segmenty, dla których dopasowywana jest późniejsza treść komunikacji.
-  **Analityka Lead Generation**
Dzięki monitorowaniu źródeł pozyskania kontaktów w podziale na prowadzone kampanie i określone formularze (rejestracja, newsletter, landing page, etc.) możliwe jest określanie skuteczności prowadzonych działań i ich modyfikacja w celu zwiększania konwersji.
-  **Personalizacja komunikacji**
Wiadomości wysyłane z poziomu systemu zawierają zwroty personalne, które budują bezpośrednią relację i podkreślają indywidualny charakter zakupów w sklepie.
-  **Dynamiczne banery**
Dzięki segmentacji klientów możliwe jest dopasowywanie treści prezentowanych na banerach reklamowych w ramach serwisu do zainteresowań klienta (odpowiedni dobór promocji i ofert).
-  **Progresywne formularze kontaktowe**
Klient w formularzu kontaktowym zostawia swój numer telefonu w celu uzyskania pomocy w dokonywaniu zakupów w sklepie. W trakcie rozmowy możliwe jest uzyskanie dodatkowych danych klienta oraz jego zgody na komunikację marketingową.
-  **E-maile dynamiczne 1-do-1**
Po wizycie w sklepie nie zakończonej zakupem klient otrzymuje automatyczną wiadomość prezentującą produkty, które przeglądał w trakcie ostatniej wizyty i zachęcającą do powrotu do nich.
-  **Ratowanie porzuconego koszyka**
Konsumenci, którzy odwiedzili stronę Frisco.pl i rozpoczęli zakupy dodając produkty do koszyka, ale nie dokonali transakcji, otrzymują wiadomość zawierającą listę produktów pozostawionych w koszyku, do których mogą łatwo powrócić.

CASE STUDY

SALESmanago Marketing Automation Case Study: E-commerce

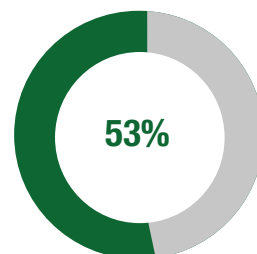
Efekty:



916% wyższy CTR i 182% wyższy OR dla maili dynamicznych reaktywujących klienta kodem rabatowym



400% wyższy CTR i 145% wyższy OR dla maili z porzuconym koszykiem



Uzyskanie o 53% wyższego OR dla komunikacji masowej w stosunku do średniej rynku

Możliwości rozwoju:

- ▶ Użycie modułu Analityki RFM w celu budowania dynamicznych segmentów klientów w oparciu o dane o czasie od ostatniego zakupu, ich częstotliwości a także kwot wydawanych przez klientów
- ▶ Integracja z Facebook - pozyskiwanie leadów i zarządzanie reklamami retargetującymi klienta na portalu społecznościowym
- ▶ Wdrożenie powiadomień web push - możliwość dotarcia do anonimowych odwiedzających stronę internetową z informacją o nowych ofertach i promocjach poprzez komunikat wysyłany z poziomu przeglądarki internetowej

“Dzięki SALESmanago możemy sprawnie i mądrze zarządzać profilami naszych klientów i precyzyjnie kierować istotne dla nich treści. Dzięki temu nawet masowe newslettery pasują do upodobań naszych klientów i dlatego znacznie chętniej otwierają przesłane wiadomości. Gdy wejdą na naszą stronę wiedzą, że szybko znajdą tam to, czego szukają.”



Kamil Lupa

Kierownik ds. CRM i Digital Marketingu Frisco.pl

Kontakt

Siedziba Główna Spółki
Benhauer sp. z o.o.
ul. Grzegórzecka 21
31-352 Kraków

European Headquarters
Benhauer LTD
Suite 635, Milton Keynes Business Centre
United Kingdom

American Headquarters
SALESmanago LLC
85 Broad St., New York 10004
United States of America