



Case study

Case study

e-commerce



Perlas Network osiąga wskaźniki otwarć w komunikacji email ze swoimi użytkownikami na poziomie powyżej 80% dzięki zastosowaniu rozbudowanej segmentacji użytej do maili dynamicznych.

O kliencie

Perlas Network prowadzi szeroką sieć detaliczną (z ponad 2000 punktami sprzedaży) i świadczy usługi w zakresie sprzedaży losów na loterię, promocji, marketingu, obsługi klienta, IT i innych. Firma oferuje również usługi loteryjne online, a także projektuje, produkuje i rozwija produkty dla loterii.

Opinia o SALESmanago “

SALESmanago perfekcyjnie sprawdza się w automatyzacji wielokanałowej komunikacji z klientem, jak również posiada szeroko rozwinięte narzędzia do lead generation. Dzięki SALESmanago jesteśmy w stanie przekazać naszym klientom treści dostosowane do ich aktywności oraz zainteresowań, a także wykorzystać odpowiedni kanał komunikacji. SALESmanago umożliwiło szybki wzrost zysków ze sprzedaży oraz dynamiczny wzrost bazy klientów.

Ramuné Tumasonytė

Specjalista ds. Marketingu Cyfrowego

Wyzwania

- zbudowanie relacji z klientem i zwiększenie retencji
- monitorowanie zachowań klienta na stronie i budowa profilu behawioralnego
- personalizacja komunikacji z klientem i wydłużenie cyklu życia klienta



Rozwiązania

Lead generation:

- formularze kontaktowe dostosowane z dostosowaną treścią w zależności od przeglądanej podstrony
- mail powitalny dla klientów wypełniających formularze z zachętą do wzięcia udziału w loteriach
- segmentacja kontaktów wg źródła, z którego zostaną dodani do systemu
- zróżnicowanie wstępnej komunikacji z klientem w zależności od potwierdzenia lub braku potwierdzenia subskrypcji newslettera
- wyodrębnienie użytkowników aplikacji mobilnej i dostosowanie działań

Komunikacja z klientem:

- regularne kampanie email kierowane do wybranych segmentów graczy
- automatyczne wiadomości wysyłane po wizycie klienta w serwisie internetowym
- emaile zachęcające klienta do dokończenia rejestracji
- maile urodzinowe dostosowane do loterii, w których klient brał udział
- masowa i automatyczna komunikacja poprzez powiadomienia web push

Procesy automatyzacji:

- wysyłka z potwierdzeniem weryfikacji tożsamości i zachętą do wzięcia udziału w pierwszych loteriach
- przywitanie nowych subskrybentów i zachęta do wzięcia udziału w loterii
- zachęta do instalacji aplikacji mobilnej dla użytkowników, którzy odwiedzili stronę aplikacji i jej nie pobraли
- email po wizycie, która nie zakończyła się wzięciem udziału w loterii
- email przypominający o dokończeniu rejestracji wysyłany do użytkowników, którzy rozpoczęli proces rejestracji, ale go nie dokończyli
- wysyłka maili urodzinowych w dniu urodzin. Treść maila zależy od zakupionych loterii przez użytkownika

Efekty

79%

monitorowanych kontaktów dzięki dostosowaniu lead generation do aktywności klienta na stronie

92%

współczynnika otwarć dla maili automatycznych do nowych klientów

85%

współczynnika
otwarć maili po
porzuconej loterii

250%

wyższy
współczynnik
konwersji pop-upów
niż średnia rynkowa
dzięki dostosowaniu
do aktywności
użytkownika na
stronie

Możliwości rozwoju

- wdrożenie rekomendacji loterii na stronie WWW dobieranych wg zainteresowań danego użytkownika
- kompleksowy lead nurturing dla nowych kontaktów
- kampanie wake-up dla kontaktów, które przestały grać