

CASE STUDY

SALESmanago Marketing Automation Case Study: E-commerce

Aromas de Té zwiększa sprzedaż o 23% przez użycie zautomatyzowanych emaili dynamicznych i konwertuje o 200% więcej anonimowych użytkowników na leady.



Założona w 2010 roku Aromas de Té jest hiszpańską spółką rodzinną powstałą z pasji do herbaty. Firma opracowała własne mieszanki, aby zapewnić najwyższą jakość produktów. Szczególnie dba o odpowiednie pakowanie i unika sprzedaży hurtowej w trosce o zachowanie walorów herbat.

Wyzwania

Aromas de Té większość swoich dochodów generuje ze sprzedaży offline. Firma szukała rozwiązania, które pomoże zwiększyć efektywność sprzedaży online, bez konieczności inwestowania dużych środków i zatrudniania wielu pracowników na potrzeby marketingu internetowego.

Aby osiągnąć szybkie rezultaty i przetestować Marketing Automation, firma postanowiła skupić się na:

- ▶ zwiększeniu współczynnika konwersji
- ▶ pozyskiwaniu leadów
- ▶ kierowaniu odpowiednich ofert do klientów B2B i B2C
- ▶ zautomatyzowanych kampaniach email wykorzystywanych do spersonalizowania komunikacji masowej

CASE STUDY

SALESmanago Marketing Automation Case Study: E-commerce

Wdrożone rozwiązania

Aromas de Té wybrało funkcjonalności, które automatyzują i personalizują komunikację na podstawie analizy zachowania klienta na stronie internetowej oraz historii zamówień.

Wdrożono następujące rozwiązania:



Pop-up z kodem rabatowym na pierwsze zamówienie:

pop-up wyświetlany jest tym kontaktom, które nie dokonały jeszcze nigdy zakupu online. To rozwiązanie generuje 10% wszystkich nowych leadów pozyskanych ze strony www.



Emaille urodzinowe:

emaille wysyłane automatycznie z okazji urodzin wykazują skuteczność sprzedażową na poziomie 19%



Emaille reaktywujące:

klienci, którzy nie kupili nic przed ostatnie 60 dni, otrzymują automatyczną wiadomość z promocją. Wskaźnik konwersji dla tych emaili wynosi 16%



Cotygodniowy newsletter,

zawierające publikowane na blogu posty związane z tematyka herbaty. Skuteczność sprzedażowa wiadomości wynosi 19%



Emaille ratujące porzucone koszyki:

jeśli klient nie dokonał zakupu, system wysła automatycznie dwie wiadomości z kodem rabatowym, jedną po godzinie i drugą po 24 godzinach. Dla pierwszego emaila wskaźnik konwersji wynosi 7,41%, współczynnik otwarć (OR) - 56%, a kliknięć (CTR) - 14%. Dla drugiego konwersja wynosi 17%, współczynnik otwarć - 69% a kliknięć - 25%.



Email dynamiczny 1-to-1 po wizycie:

email wysyłany jest po wizycie do każdego klienta, który odwiedził stronę internetową, ale nie dokonał zakupu ani nie dodał żadnego produktu do koszyka. Wskaźnik konwersji: 11,76%, wskaźnik otwieralności (OR): 55%, wskaźnik kliknięć (CTR): 12%.



Personalizacja treści na stronie:

spersonalizowane banery na stronie internetowej, pokazujące różne koszty wysyłki i minimalną wartość zamówienia, adresowane do trzech różnych grup odbiorców: klienci indywidualni, dystrybutorzy i restauracje.

CASE STUDY

SALESmanago Marketing Automation Case Study: E-commerce

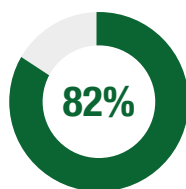
Efekty



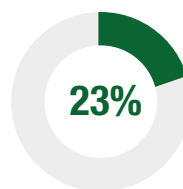
200% wzrostu konwersji ruchu na stronie na potencjalnych klientów



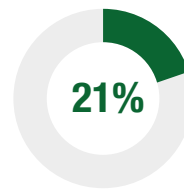
zakupy generowane przez SALESmanago mają średnią wartość wyższą o 118% niż sprzedaż we wszystkich innych źródłach



wskaźnik konwersji dla kontaktów pozyskanych dzięki SALESmanago jest wyższy o 82% w porównaniu do innych źródeł



wzrost sprzedaży online o 23%



21% wszystkich transakcji jest generowane dzięki SALESmanago

Możliwości rozwoju:

- ▶ Integracja z Facebook Ads i Facebook Custom Audience: by docierać do klientów w mediach społecznościowych
- ▶ Testy A/B mechanizmu i szablonów emaili dynamicznych, żeby poprawić wskaźnik konwersji
- ▶ Dynamiczne ramki rekomendacyjne na stronie koszyka, pokazujące produkty, związane tematycznie z poprzednio dokonаныmi zakupami

“Początkowo byłem niechętny do współpracy z SALESmanago, ponieważ myślałem, że konfiguracja wszystkich reguł i prowadzenie bieżących działań będzie wymagać bardzo dużo pracy. Rzeczywistość okazała się inna dzięki świetnej pomocy, którą otrzymałem od zespołu SALESmanago. Pomogli nam w pełni wykorzystać dostępne funkcje i narzędzia. Minęło zaledwie 6 miesięcy odkąd wdrożyliśmy SALESmanago i jesteśmy bardzo zadowoleni z rozwoju. Inwestycja była bardzo opłacalna.”



Mario Cuadrado,
CEO

Kontakt

Siedziba Główna Spółki

Benhauer sp. z o.o.
ul. Grzegorzewska 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