

CASE STUDY

SALESmanago Marketing Automation Case Study: e-commerce

Broń.pl zwiększa efektywność pozyskiwania nowych kontaktów ze strony www, buduje lojalność klientów dzięki personalizowanym treściom video oraz zwiększa współczynnik konwersji e-mail marketingu dzięki dynamicznym wiadomościom e-mail i segmentacji kontaktów.



Broń.pl to czołowy sklep internetowy oferujący artykuły strzeleckie i obronne bez zezwoleń. W jego ofercie znajduje się także sprzęt do uprawiania survivalu, air soft, myśliwca i detektywistyczny. Firma KOLTER, właściciel sklepu broń.pl, funkcjonuje na rynku od 1991 roku.

Wyzwania

Oferta sklepu broń.pl kierowana jest do precyzyjnie określonej grupy klientów, a specyfika oferowanych produktów nakłada na marketing dodatkowe wymagania dotyczące przygotowania klientów do zakupu:

- ▶ Wydłużony proces sprzedażowy – decyzję o zakupie poprzedzają: weryfikacja konieczności posiadania pozwolenia, konsultacje z rodziną, namysł nad możliwością użycia produktu
- ▶ Ograniczona grupa docelowa – co pociąga za sobą wysoki priorytet dla pozyskania danych od użytkownika w celu dalszego przygotowania go do zakupu oraz dla utrzymania zainteresowania aktualnych klientów
- ▶ Efektywny cross-selling – duża część oferty posiada dodatkowe akcesoria, które mogą stanowić znaczącą część wartości koszyka

CASE STUDY

SALESmanago Marketing Automation Case Study: e-commerce

Efekty



Wzrost liczby nowych kontaktów pozyskanych ze strony www



Wzrost współczynnika otwarć mailingów dzięki dopasowaniu czasu wysyłki do preferencji indywidualnego odbiorcy



Wzrost współczynnika kliknięć mailingów dzięki personalizacji treści wiadomości



Wzrost lojalności i ilości kolejnych zakupów Klientów dzięki personalizacji i dostarczaniu informacji odpowiadających na bieżące potrzeby Klienta



Spadek współczynnika rezygnacji z subskrypcji



Wzrost konwersji na wiadomościach dynamicznych

Możliwości rozwoju



Wdrożenie modułu Next Gen pozwalającego rekomendować produkty nie tylko klikane, ale i wyświetlane na stronie www



Wdrożenie dynamicznych popupów z ofertą cross-sellingową w trakcie trwania zakupów w celu zwiększenia średniej wartości koszyka



Ciągła optymalizacja wdrożonych procesów za pomocą testów A/B

„Z systemu SALESmanago korzystamy od samego początku funkcjonowania i z wielką radością obserwujemy jego rozwój i wdrażamy nowe moduły. System daje niesamowite możliwości, których wykorzystanie uzależnione jest jedynie od pomysłów marketerów i osób na nim pracujących. Kompleksowo obsługuje wysyłki mailowe od prostych newsletterów, przez reguły automatyzacji, na mailach dynamicznych, które dają kilkusetprocentowe wzrosty kończąc. Do tego można to bez problemu połączyć z wieloma dostawcami wysyłającymi wiadomości sms.

Zadowoleni jesteśmy z bardzo efektywnie działającego centrum pobierania oraz możliwości łatwego ustawiania formularzy kontaktowych, których wraz z rozwojem stron przybywa w różnych miejscach. Kolejną funkcjonalnością, która daje bardzo dobre wyniki, jest możliwość ustawiania komunikatów typu pop-up w dowolnych miejscach. Ostatnim elementem, które wyróżnia SALESmanago od konkurentów jest na pewno wsparcie i obsługa klienta - rzadko spotykane na tak wysokim i profesjonalnym poziomie. Polecam”.



Konrad Frątczak
E-commerce manager

Kontakt

Siedziba Główna Spółki

Benhauer sp. z o.o.
ul. Krowoderska 52/2,
31-158 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