

# CASE STUDY

SALESmanago Marketing Automation Case Study: E-commerce

**Domfan.pl zwiększa ilość dokonywanych transakcji o 140% dzięki uruchomieniu modułu cotygodniowej wysyłki dynamicznego newslettera 1-do-1. Współczynnik konwersji wzrasta o 33% po wdrożeniu lejka w procesie domykania sprzedaży.**



Sklep Domfan.pl zajmuje się bezpośrednim importem towarów z Unii Europejskiej oraz sprzedażą artykułów dla domu z katalogów sprzedaży wysyłkowej. Firma funkcjonuje na terenie całego kraju, a w jej ofercie znajdują się m.in. meble, dekoracje, akcesoria oraz urządzenia elektroniczne. Sklep dysponuje również własną pracownią projektową.

## Wyzwania

Domfan.pl dzięki automatyzacji chciał usprawnić proces tworzenia i koordynowania kampanii mailingowych. Konieczność ręcznego tworzenia oraz zlecenia wysyłek miał zastąpić moduł wysyłki cyklicznej, automatycznie dopasowujący treści do profilu behawioralnego klienta. Kolejnym celem było efektywne domknięcie procesu sprzedaży przy jak największej aktywizacji użytkowników wykazujących wstępne zainteresowanie ofertą sklepu.

Wyznaczono następujące cele:

- ▶ dostarczanie personalizowanej treści do szerokiego grona odbiorców w cotygodniowych mailingach
- ▶ konwersja anonimowego ruchu na stronie w potencjalnych klientów
- ▶ aktywizacja kontaktów niewykazujących gotowości do zakupu
- ▶ wdrożenie kompleksowego programu lojalnościowego
- ▶ efektywne domknięcie procesu zakupowego

# CASE STUDY

## SALESmanago Marketing Automation Case Study: E-commerce

### Wdrożone rozwiązania

Domfan.pl wdrożył system SALESmanago w celu usprawnienia procesu domykania sprzedaży oraz zbudowania programu lojalnościowego połączonego z procesem aktywizacji klientów nieaktywnych na stronie. Szereg działań wspierany jest dodatkowo poprzez cotygodniowe wysyłki dynamicznych emaili 1-do-1 prezentujących najpopularniejsze produkty z oglądanej przez użytkownika kategorii.

Wykorzystano następujące rozwiązania SALESmanago:



#### **Dynamiczne wiadomości email po wizycie kontaktu na stronie www**

wysyłka wiadomości 24 godziny po wizycie użytkownika na stronie sklepu z prezentacją produktów z ostatnio oglądanej kategorii.



#### **Cykliczna wysyłka wiadomości z inteligentnymi rekomendacjami**

dynamiczna prezentacja najpopularniejszych produktów z wybranych kategorii odwiedzanych przez klienta.



#### **Formularz typu pop-up dla anonimowych użytkowników**

wyświetlenie pop-upu anonimowym użytkownikom przy ich drugiej wizycie na stronie w celu konwersji na potencjalnych klientów.



#### **Lejek sprzedażowy**

prowadzenie najbardziej zainteresowanych kontaktów w górę lejka, aż do momentu dokonania transakcji.



#### **Reguła typu win-back**

aktywizacja użytkowników przez dostarczenie kuponu na darmową dostawę w momencie odnotowania braku odwiedzin przez okres 1 miesiąca.



#### **Dopasowanie rodzaju rabatu do stopnia zaangażowania klienta**

automatyczne sterowanie rodzajem przypisanego rabatu na podstawie wzrastającej aktywności kontaktu.

# CASE STUDY

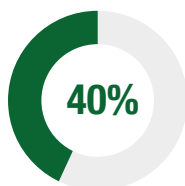
## SALESmanago Marketing Automation Case Study: E-commerce

### Efekty

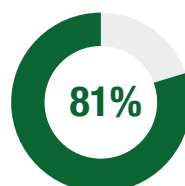
Domfan.pl skutecznie monitoruje zaangażowanie indywidualnego klienta od momentu jego pozyskania, przez sprzedaż, aż do momentu wyjścia, dzięki czemu znacząco zwiększa się ilość dokonywanych w sklepie transakcji. Uruchomienie modułu cotygodniowej wysyłki dynamicznych wiadomości pozwoliło na odciążenie pracowników od ich ręcznego zlecenia. Dostarczenie indywidualnej treści każdemu klientowi stało się możliwe przy zachowaniu masowego charakteru wysyłek i przyczyniło się do zwiększenia konwersji w sklepie.



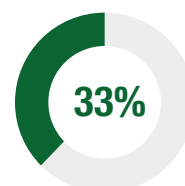
Wzrost ilości dokonywanych transakcji o 140%



Wzrost ilości pozyskanych leadów o 40%, dzięki wdrożeniu pop-upu dla anonimowych użytkowników



Wzrost współczynnika retencji o 81% dzięki wdrożeniu obsługi posprzedażowej



Wzrost współczynnika konwersji o 33% dzięki efektywnemu domykaniu sprzedaży i wdrożeniu programu win-back dla kontaktów nieaktywnych

### Możliwości rozwoju

- ▶ Integracja z Facebookiem (CustomAudiences) – skierowanie reklam na Facebooku do osób, które porzuciły koszyk zakupowy i nie posiadają kuponu rabatowego w celu zachęcenia ich do dokończenia transakcji.
- ▶ Banery dynamiczne - dopasowanie treści w newsletterze lub na stronie do zainteresowań konkretnego użytkownika. Wyświetlanie banerów na podstawie przypisanych tagów lub etapu kampanii, na którym znajduje się kontakt.
- ▶ Revenue Performance Management – moduł umożliwiający analizę zakupową klientów w czasie i automatyczne segmentowanie klientów ze względu na strukturę i dynamikę ich wydatków. Przypisywanie tagów obrazujących, czy w analizowanym okresie czasu nastąpił wzrost lub spadek w zakupach dokonywanych przez kontakt.

„Zdecydowaliśmy się na wdrożenie systemu, ponieważ uznaliśmy, iż w mailingu drzemią duże możliwości, których do tej pory nie wykorzystywaliśmy. Po przeprowadzeniu przy pomocy pracowników SALESmanago analizy możliwości systemu zrozumieliśmy, że integracja pozwoli bez angażowania sztabu ludzi prowadzić sprawny i skuteczny mailing. Przewidywania potwierdziły się. Choć stwierdzić należy, że bez pomocy wdrożeniowej pracowników SALESmanago ciężko na początku poruszać się po systemie, ponieważ jest to bardzo rozbudowane narzędzie.”



**Janusz Ratajski**  
Manager Prowadzący

### Kontakt

**Siedziba Główna Spółki**  
Benhauer sp. z o.o.  
ul. Grzegórzecka 21  
31-532 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