

CASE STUDY

SALESmanago Marketing Automation Case Study: B2C

Rainbow Tours zwiększa ilość leadów pozyskiwanych ze strony internetowej o 45% dzięki spersonalizowanym formularzom kontaktowym dla anonimowych użytkowników oraz zwiększa konwersję email marketingu o 400%.



Rainbow Tours to wiodący tour operator w Europie Środkowej, którego stronę internetową odwiedza 1 mln użytkowników miesięcznie. Firma stosowała dotychczas działania marketingowe takie jak masowe newslettery, displayowe kampanie retargetingowe czy tradycyjne statyczne formularze kontaktowe, ale potrzebowała nowych narzędzi, by odpowiedzieć na zmianę w zachowaniu klientów.

Wyzwania

Jednym z głównych wyzwań było wykorzystanie w pełni potencjału sprzedaży online i obniżenie wysokich kosztów sprzedaży przez tradycyjną sieć agentów. Aby to osiągnąć, należało uwzględnić następujące zjawiska:

- ▶ Globalna zmiana zachowań i zwyczajów użytkowników: research online staje się kluczowym elementem procesu zakupowego, a tradycyjne kampanie reklamowe wiążą się z masowym wyciekiem leadów
- ▶ Niezadawalająca ilość leadów generowanych przez stronę internetową Rainbow Tours przy wysokiej odwiedzalności witryny
- ▶ Spadek skuteczności działań marketingu email, stosowanych przez Rainbow Tours
- ▶ Duża ilość anonimowych użytkowników, przeglądających treści, ale niepodających danych kontaktowych
- ▶ Potrzeba zwiększenia retencji i zakupów lojalnych klientów

CASE STUDY

SALESmanago Marketing Automation Case Study: B2C

Wdrożone rozwiązania

W Rainbow Tours wdrożono platformę SALESmanago Marketing Automation i skoncentrowano się na zmianie sposobu, w jaki konwertowano użytkowników odwiedzających stronę oraz zastosowano nowatorski model email-retargetingu. Wykorzystano następujące rozwiązania SALESmanago:



Analiza Digital Body Language

identyfikacja użytkowników oraz zaawansowana analityka ich zachowania, oparta m.in. na źródłach wizyt, przeglądanych treściach, pobranych materiałach czy słowach kluczowych. Taka praktyka pozwala precyzyjnie ustalić, czego poszukuje dana osoba.



Dynamiczne maile 1-to-1

inteligentny email retargeting, wiadomości 1-to-1 dopasowane do zainteresowań użytkownika, jego zachowania na stronie i historii poprzednich transakcji. Wiadomości wysyłane są do użytkowników, których wizyty nie zakończyły się konwersją.



Rozwiązania Anonymous Marketing Automation

trzy opcje wdrożone w dwóch procesach:



Wyświetlanie spersonalizowanych formularzy kontaktowych do anonimowych użytkowników –

formularze kontaktowe wyświetlane do anonimowych użytkowników po tym, jak osiągnęli określony scoring i kiedy potencjalny klient został właściwie sprofilowany. Spersonalizowany formularz zawierał zdjęcie pożądanej destynacji i wypełnione pola z celem wycieczki – użytkownik musiał tylko wpisać swoje dane kontaktowe.



Wysyłka emaili do anonimowych użytkowników (których adresu email nie posiadało Rainbow Tours) –

możliwe dzięki integracji SALESmanago z Remintrexem. Kiedy anonimowy użytkownik odwiedzający stronę Rainbow Tours nie konwertuje, SALESmanago wysła mu email ze sprofilowaną ofertą.

CASE STUDY

SALESmanago Marketing Automation Case Study: B2C

Efekty

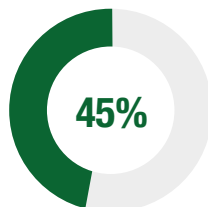
Skuteczność zastosowanych rozwiązań można było zaobserwować we wzroście udziału sprzedaży online i migracji klientów od agentów na stronę www. Z perspektywy marketingowej odnotowano:



wzrost OR i CTR kampanii email o 300% (w porównaniu z tradycyjnymi kampaniami masowymi)



wzrost konwersji na dynamicznych mailach 1-to-1 o 400% (w porównaniu z tradycyjnymi kampaniami masowymi)



wzrost leadów pozyskiwanych przez stronę www, przekazywanych bezpośrednio do call centre, o 45%



100% wzrostu konwersji technik retargetingu opartych na dynamicznych emailach 1-to-1 (26% konwersji kalkulatora wycieczek z porównaniu do 16% konwersji kalkulatora z wykorzystaniem Google Remarketingu)

Możliwości rozwoju

- ▶ Ciągła optymalizacja automatycznych maili dynamicznych 1-to-1
- ▶ Synergia między salonami stacjonarnymi a stroną internetową dzięki wykorzystaniu dedykowanej aplikacji (z pogłębioną analityką oraz automatyzacją mobile) i beaconów
- ▶ Wdrożenie SALESmanago Next Gen Behavioral Engine, analizującego nie tylko produkty klikane, ale i oglądane
- ▶ Wdrożenie zaawansowanych strategii Next Best Offer

„System SALESmanago to oszczędność czasu i etatów w firmie dzięki automatyzacji wysyłek. Personalizacja i kontekstowe dopasowanie ofert daje klientowi wrażenie, że oferta jest wybrana specjalnie dla niego przez specjalistę ds. turystyki.”



Michał Jaworski
Dyrektor ds. eCommerce
w Rainbow Tours

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 LCC.
85 Broad St., New York 10004
United States of America