

CASE STUDY

SALESmanago Marketing Automation Case Study: E-commerce

Noble Health zwiększa OR o 50 %, a CTR aż o 82% w porównaniu do masowych wysyłek wiadomości oraz zwiększa wartość koszyka zakupowego o 40% dzięki wdrożeniu kompleksowych cykli edukacyjnych.



Noble Health to producent renomowanych suplementów diety i nutrikosmetyków, współpracujący m.in. z kosmetologami, lekarzami medycyny estetycznej oraz wykwalifikowanymi kosmetyczkami. Firma rozpoczęła działalność w 2009 roku w Radomiu, oferując pierwsze tabletki, które na stałe zagościły w ofercie salonów kosmetycznych. Dzięki rekomendacjom ekspertów z branży wellness marka zyskała rozpoznawalność i stabilną pozycję w świadomości klientów.

Na stronie sklepu klienci mają możliwość konsultacji ze specjalistami i wyboru produktów, które odpowiadają ich realnym potrzebom.

Wyzwania

Noble Health dzięki Marketing Automation usprawnia proces komunikacji: wychodzi naprzeciw potrzebom klienta i dostarcza wartościowe, przystępne informacje w odpowiednim czasie. Marce zależy na wyróżnieniu się na tle dużej ilości chaotycznych informacji zdrowotnych, jakie można znaleźć w sieci. Chce dostarczać kompleksowe porady oraz budować relacje oparte na zaufaniu i autorytecie w dziedzinie wellness.

Wyznaczono następujące cele:

- ▶ zwiększenie liczby nowych klientów pozyskiwanych online i zwiększenie retencji obecnych
- ▶ zachowanie wysokiej personalizacji komunikacji przy dużej liczbie leadów, aby utrzymać wysoką sprzedaż
- ▶ budowanie relacji opartych na zaufaniu oraz indywidualnym podejściu
- ▶ badanie preferencji klientów w celu dostarczenia wartościowej informacji

CASE STUDY

SALESmanago Marketing Automation Case Study: E-commerce

Wdrożone rozwiązania

Noble Health wdrożyło SALESmanago w celu usprawnienia procesu komunikacji zarówno z obecnymi klientami, jak i osobami anonimowo poruszającymi się po stronie. Korzystanie bezpośrednio z panelu SALESmanago pozwoliło na wyzwalenie chatu głównie dla klientów anonimowych w celu zgromadzenia informacji o ich potrzebach. Wdrożenie automatycznych cykli dostarczających spersonalizowaną ofertę do klientów masowych pozwoliło na efektywną obsługę oraz wypracowanie silnej relacji opartej na dostarczeniu wartościowej wiedzy.

Wykorzystano następujące rozwiązania SALESmanago:



Bezpośredni kontakt z gorącymi leadami przez Livechat

dzięki integracji z Livechat, konsultanci mogą włączać okna czatu dla użytkowników najbardziej zainteresowanych ofertą i porozmawiać z nimi bezpośrednio.



Ankiety segmentujące klientów

dzięki wdrożeniu szczegółowych ankiet na dedykowanym Landing Page zebrano wartościowe informacje dotyczące preferencji zakupowych oraz potrzeb klientów, co pozwoliło na ich segmentację i dopasowanie dalszej komunikacji do zadeklarowanych oczekiwań.



Lead Nurturing

zgrupowane za pomocą ankiet informacje pozwoliły na uruchomienie dopasowanych do indywidualnego klienta cykli wiadomości edukacyjnych z wykorzystaniem artykułów i produktów oferowanych przez firmę.



Cross-selling dopasowany do cyklu życia leada

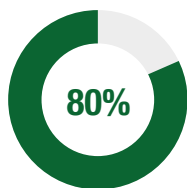
dla klientów, którzy skorzystali wcześniej z oferty, uruchomiono cykl wiadomości informujących o produktach i usługach komplementarnych, z których klient będzie mógł skorzystać po zakończeniu obecnej kuracji.

CASE STUDY

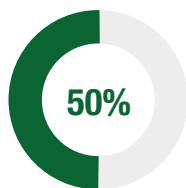
SALESmanago Marketing Automation Case Study: E-commerce

Efekty

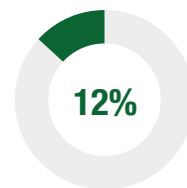
Dzięki Marketing Automation Noble Health usprawniło komunikację pomiędzy specjalistami a stałymi i potencjalnymi klientami. Wdrożenie Live chatu podniosło jakość obsługi leadów odwiedzających stronę i pozyskanie nowych kontaktów, które mogły być poddawane kampaniom marketingowym. Uruchomienie rozbudowanego cyklu Lead Nurturing pozwoliło marce na stałe zagościć w świadomości klientów, a skuteczna kampania cross-sellingowa doprowadziła do zwiększenia wartości dokonywanych zakupów oraz ilości powracających klientów.



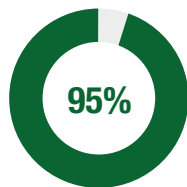
Ponad 80% anonimowych klientów na stronie zostało obsłużonych dzięki wyzwoleniu dymków czatu przez doradców



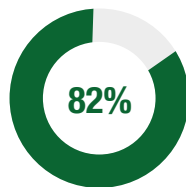
Współczynnik OR wzrósł o 50% w stosunku do masowych wiadomości



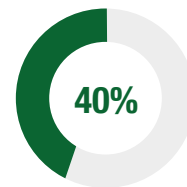
Ilość powracających klientów wzrosła o około 12%



95% klientów ocenia pracę konsultantów jako bardzo dobrą



Współczynnik CTR wzrósł aż o 82% w stosunku do masowych wiadomości



Wartość koszyka wzrosła o około 40%

Możliwości rozwoju

- ▶ Integracja z Facebookiem (Aplikacje konkursowe) – utworzenie aplikacji konkursowych, które pozwalają na pozyskanie leadów i kierowanie do nich akcji promocyjnych oraz kampanii edukacyjnych
- ▶ Wiadomości i SMS'y urodzinowe – wysyłka maila urodzinowego lub SMS z kuponem rabatowym do klienta w dniu jego urodzin
- ▶ Ramka rekomendacyjna – prezentacja produktów komplementarnych do zakupionych, bądź produktów uzupełniających przy określonej kuracji

„Dzięki SALESmanago Noble Health skutecznie wdrożyło kompleksowe programy Lead Nurturing, które pozwoliły na zbudowanie silnej relacji opartej na zaufaniu zarówno ze stałymi, jak i z nowymi klientami. Szereg wprowadzonych automatyzacji pozwolił natomiast skutecznie reagować na potrzeby klienta w odpowiednim momencie, a tym samym możliwie jak najlepiej dostarczać wartościowych informacji, które w efekcie prowadzą do zakupu.”



Agnieszka Owczarek
Dyrektor ds. Rozwoju i Promocji

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