

# Jak podnieść wyniki sprzedaży o 60% w 6 miesięcy? Kampania e-mail marketingowa Answer





Success story: **Answer** Branża: **eCommerce**

Czy **pozyskiwanie nowych klientów** jest jedynym sposobem na utrzymywanie wysokich wyników sprzedaży? Okazuje się, że obecnie kluczem do zapewnienia stałego wzrostu przychodu w e-commerce jest **retencja dotychczasowego klienta** i budowanie z nim pozytywnej relacji.

## O firmie

Answer jest największym modowym sklepem online w Europie Środkowo-Wschodniej, który nieustannie rozwija się od powstania w 2011 roku. W swojej ofercie ma ponad **300 marek** (także własnych) oraz ponad **70 000 produktów** w kategoriach: moda damska, męska i dziecięca.

## Answer w liczbach

-  12 000 000 wizyt na stronie miesięcznie
-  1 100 000 subskrybentów
-  ponad 550 000 użytkowników w social mediach
-  działania w 7 krajach

## Obszary działalności

-  fashion
-  e-commerce
-  retail

answer.

WE ARE THE ANSWER. WE ARE THE ANSWER. WE ARE THE ANSWER.

ZACZNIJ ROZGRZEWKĘ W NAJLEPSZYM STYLU!



Wybierz zestaw dla siebie spośród naszych sportowych nowości i najlepszych modeli z wyprzedaży!





## Problem

Jak zwiększyć wyniki sprzedażowe poprzez utrzymanie dotychczasowych klientów i pogłębienie ich zaangażowania? Answear postanowił zmienić swój model biznesowy i oparł go na retencji oraz budowaniu pozytywnych relacji ze stałymi klientami. W jaki jednak sposób skupić się na zwiększeniu lojalności klienta i jak zwiększyć liczbę kolejnych transakcji?

## Rozwiązanie

Powracający klienci dokonują większej liczby transakcji, przez co są bardziej wartościowi niż klienci jednorazowi. Stąd też bardzo istotne jest budowanie długoterminowej lojalności wśród wszystkich konsumentów. Ponieważ pierwsze wrażenie jest najważniejsze, komunikacja powinna być spersonalizowana od samego początku i prowadzona w najbardziej efektywnym kanale.

Właśnie dlatego Answear wykorzystał innowacyjne narzędzia ExpertSender. Zaimportowano z różnych systemów dane behawioralne i transakcyjne, a następnie w oparciu o nie przygotowano **kampanie marketing automation**. Dane te obejmowały zwyczaje zakupowe klientów, częstotliwość i średnią wartość zamówień, aktywność na stronie, informacje o urządzeniu oraz liczbę punktów w programie lojalnościowym Answear Club.

## Dlaczego tak ważne jest zachęcanie jednorazowych klientów do dokonywania kolejnych transakcji?

Według RJ Metric, prawdopodobieństwo ponownego zamówienia wzrasta, gdy zwiększa się liczba transakcji danego klienta. Po dwóch zakupach, prawdopodobieństwo kolejnego zakupu wzrasta do 32%, po 5 zakupach – do 70%, a po 10 transakcjach rośnie do 83%!

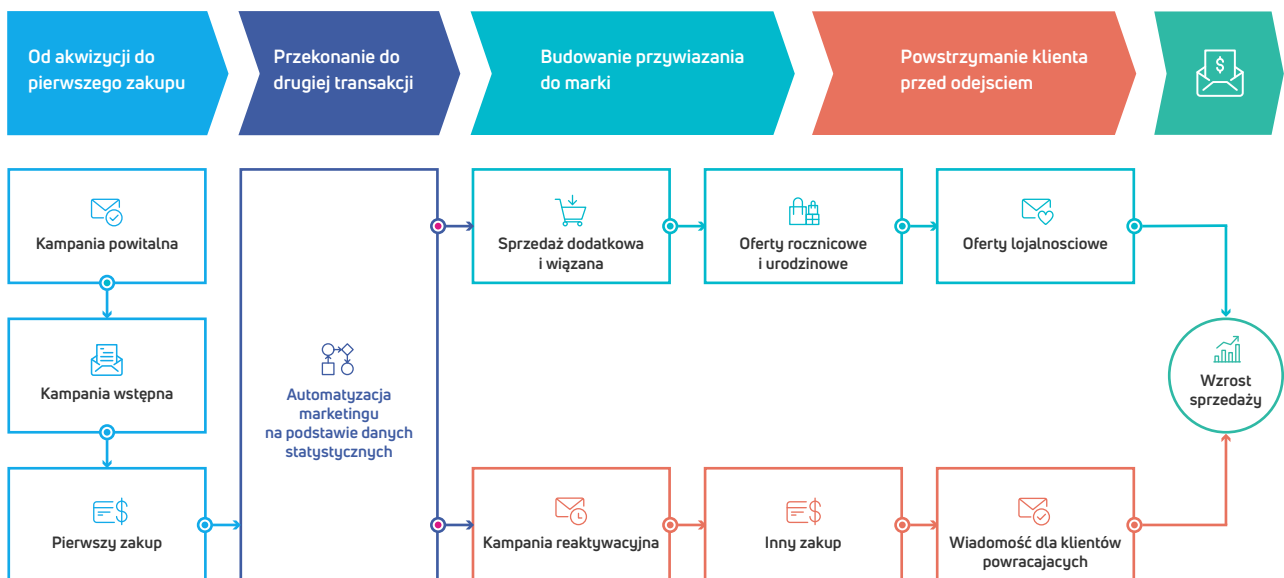
## Rozwiązanie

**Nowi klienci (first-time buyers)** – są do nich kierowane kampanie powitalne, a następnie wprowadzające, które mają na celu zebranie informacji o kliencie.

**Aktywni klienci** – otrzymują wiadomości behawioralne, oparte na ich aktywności zakupowej i akcjach podjętych na stronie sklepu. Obejmują one oferty specjalne, e-maile z rekomendacjami zakupowymi, a także wiadomości rocznicowe, urodzinowe i lojalnościowe.

**Klienci z malejącą aktywnością** – dostają wiadomości przypominające o odwiedzeniu sklepu, a następnie kierowane są do nich wieloetapowe kampanie reaktywacyjne, których celem jest zachęcenie klienta do większego zaangażowania.

## Ścieżka zakupowa konsumenta



Ścieżka zakupowa konsumenta ANSWEAR od momentu rozpoczęcia pracy z ExpertSender

Automatyzacja całej komunikacji w ścieżce zakupowej konsumenta pozwala na budowanie jego zaangażowania i przywiązania do marki. Dzięki temu żaden klient nie otrzymuje nieistotnych, zbędnych wiadomości e-mailowych, które zmniejszają prawdopodobieństwo ponownego zakupu. Zamiast tego dostaje personalizowaną wiadomość dopasowaną do jego wcześniejszych aktywności.



# 4,5%

## całkowitej sprzedaży pochodzi z marketing automation

### Rezultaty





60% – o tyle wzrósł udział transakcji pochodzących z kanałów e-mailowych w ciągu pierwszych 6 miesięcy współpracy marki z ExpertSender.

Oznacza to wzrost całkowitej sprzedaży z 2,8% do 4,5%.

**W ciągu zaledwie 30 dni udało nam się wprowadzić działania z zakresu marketing automation do 7 krajów – i to tuż przed Black Friday. Dzięki ExpertSender wykorzystujemy dane transakcyjne w kampaniach, co pozytywnie wpływa na retencję klientów i liczbę transakcji. Prognozujemy, że poziom sprzedaży pochodzący z automatyzacji marketingu e-mailowego podwoi się przed końcem roku.**

**Marcin Nawrocki**  
CRM Manager, Answear

### Użyte technologie

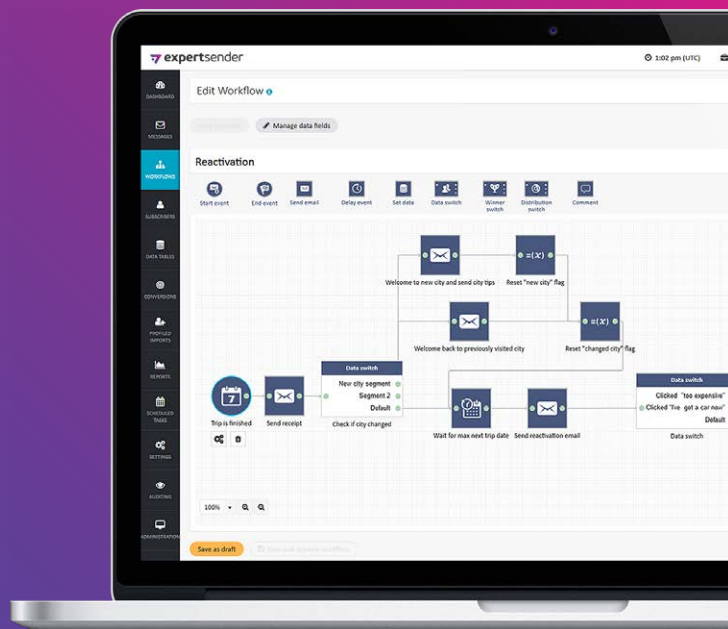
-  scenariusze marketing automation
-  tabele danych
-  segmentacja
-  rekomendacje produktów

- ▼ **Scenariusze marketing automation** umożliwiają tworzenie dynamicznych sekwencji kroków, które automatyzują ścieżkę zakupową klienta.
- ▼ **Tabele danych** mogą być użyte do przechowywania zewnętrznych danych klientów, np. historii zakupowej. Dzięki nim można personalizować kampanie w oparciu o dane pochodzące z różnych źródeł.
- ▼ **Dynamiczna segmentacja** w ExpertSender to prędkość, elastyczność i możliwość dynamicznego przeliczania subskrybentów w czasie rzeczywistym.
- ▼ **Rekomendacje produktów** pogłębiają zaangażowanie konsumenta poprzez proponowanie im interesujących dla nich treści oraz są efektywnym sposobem maksymalizacji sprzedaży dodatkowej i wiązanej.

Dowiedz się, jak ExpertSender zwiększy Twoją sprzedaż. Stwórz i poprowadź kampanie wielokanałowa wykorzystując marketing automation w takich kanałach, jak: e-mail, SMS, Web Push, aplikacje mobilne i nie tylko.

**Umów się na demo**

[expertsender.pl/demo](https://expertsender.pl/demo)



## Zaufali nam

ANSWEAR

NATIONAL GEOGRAPHIC LEARNING



PEUGEOT



TUI

4F

TOP SECRET EXPRESS YOURSELF

ING



VICTORIA'S SECRET

wakacje.pl

CCC

VANS "OFF THE WALL"

SEAT

CITROËN

GROHE

Media Markt

Nocowanie.pl

KASPERSKY

MAC

martes

Domino's

## Członkostwo i certyfikaty



Silver Microsoft Partner



**expertsender**

[kontakt@expertsender.pl](mailto:kontakt@expertsender.pl) | [www.expertsender.pl](http://www.expertsender.pl)

numer telefonu: +48 58 351 33 30