

Jak MK Fresh zwiększył swój CTR i CVR o ponad 30% za pomocą marketing automation

Success story: **MK Fresh** Branża: **eCommerce**

Zarządzanie relacją z klientem wymaga AI, chat botów oraz neuromarketingu. Jak najbardziej. Czasem jednak wystarcza wartościowa treść, indywidualne podejście i... pieczętki lojalnościowe.

O MK Fresh

MK Cafe to jedna z najbardziej znanych marek firmy Strauss Cafe Poland, **największego producenta i dystrybutora kawy** w Polsce. Firma działa od 1991 roku, oferując szeroką gamę odmian kawy ziarnistej, mielonej i rozpuszczalnej. Aby sprostać oczekiwaniom bardziej wymagających klientów – pasjonatów kawy, niedawno firma wypuściła nową **submarkę** dostępną jedynie w sprzedaży online: MK Fresh. Oferuje ona najlepsze ziarna oraz ich mieszanki, które są na bieżąco palone i wysyłane w małych ilościach bezpośrednio do klientów.

- średnia roczna produkcja: **około 20 000 ton**
- liczba pracowników: **około 350**
- obsłużone zamówienia: **ponad 100 000**

Branże

- kawowa
- eCommerce
- handel detaliczny

MK CAFE
Fresh

CIESZYMY SIĘ, ŻE JESTEŚ Z NAMI

Teraz zawsze będziesz na bieżąco z naszymi nowościami oraz promocjami.

ODBIERZ SWÓJ RABAT 10%
na pierwsze zamówienie!

Twój kod to: **rejsracjacc6m8i**

Bezpłatna dostawa od 70 zł

Z Manufaktury prosto do Ciebie

Wysyłamy w 24h

Kawa dostępna tylko online

Dostawa Płatność Zwroty Pomoc Kontakt



Otrzymałeś tego e-maila wysłanego przez Strauss Cafe Poland sp. z o.o. z siedzibą w Świdzimiu ul. Poznańska 50, 62-090 Tarnowo Podgórne, ponieważ potwierdziłeś subskrypcję newsletterów MK Cafe Fresh.

Więcej informacji dotyczących naszej oferty możesz uzyskać pod adresem help@mkfresh.pl

Nie chcesz już otrzymywać tego newslettera? Możesz wypisać się [tu](#)

Metoda MK Fresh

E-maile edukacyjne
Spersonalizowane wiadomości ze zniżkami
Pieczątki lojalnościowe

Cele

Aby odnieść sukces, MK Fresh potrzebowało wypracować model komunikacji, który **budowałby świadomość marki, zachęcał odwiedzających stronę internetową do zakupu** oraz **rozwijał** długotrwałe relacje z różnymi typami **klientów**.

Rozwiązanie

Idąc za radą iProspect, zewnętrznej agencji specjalizującej się w performance marketingu, MK Fresh zdecydowało się oprzeć swoją komunikację na trzech filarach: edukacji klienta, jego docenianiu i zachowaniu w tym prostoty. Firma wykorzystwała zaawansowany system do marketing automation oferowany przez ExpertSender, aby przygotować serię **e-maili edukacyjnych** dla subskrybentów MK Fresh, w celu budowania świadomości tej marki i wywoływania potrzeby kupna kawy.

Wiadomości wyjaśniały różnice pomiędzy różnymi rodzajami ziaren, instruowały, jak najlepiej przygotować kawę, a także wyjaśniały co sprawia, że MK Fresh to najlepszy wybór dla kawowych smakoszy. Po drugie, korzystając z narzędzia Baza kontaktów w systemie ExpertSender, firma rozpoczęła wysyłkę przykuwających oko, **spersonalizowanych wiadomości z kodem rabatowym** o wartości 40 zł z okazji rocznicy pierwszego zakupu. Po trzecie, MK Fresh stworzyła bardzo prosty **program**

lojalnościowy – za każdy zakup klient otrzymuje **pieczętkę**, a zbierawszy ich 5, może je wymienić na bon o wartości 20 zł na następny zakup online. Co więcej, firma zastosowała także własną **segmentację RFM**, opracowaną przez iProspect. Oparto ją na trzech czynnikach: Recency (Kiedy ostatnio klient dokonał zakupu?), Frequency (Jak często kupuje?), oraz Monetary Value (Jak dużo wydaje?).

Używając ExpertSender, MK Fresh stworzyło następnie **zautomatyzowaną komunikację** z klientami z każdego z tych segmentów, tak aby różne typy klientów otrzymywały różne komunikaty. Wiadomości te zostały także **połączone** z ich **danymi behawioralnymi**. W rezultacie każdy z nich dostaje **wysoce spersonalizowaną wiadomość** we właściwym czasie. Nikt nie otrzymuje e-maili nieistotnych czy niepasujących do swego profilu. MK Fresh wyodrębniło aktywnych subskrybentów marki, na nowo zaangażowało tych, którzy dotąd ignorowali wiadomości oraz zrezygnowało z kontynuowania wysyłki do tych, którzy zostali zaklasyfikowani jako klienci nie do odzyskania.



50%

subskrybentów zaangażowanych w treści edukacyjne, dokonuje zakupu.

Wyniki

Wyniki przyjętej strategii zaskoczyły nawet jej twórców. Szybko okazało się, że aż **50% subskrybentów zaangażowanych** w odbiór wysokiej jakości treści **dokonuje zakupu**, w przeciwieństwie do zaledwie 5% z tych, którzy ignorują wiadomości edukacyjne. Co więcej, **zaangażowani klienci** dokonują o **1,7 razy więcej transakcji**, niż pozostali. A ich stałe zainteresowanie treściami generuje dodatkowy ruch na stronie MK Fresh.

Reakcje klientów na rocznicowy bon także zadziwiły MK Fresh. Zaowocowały **wzrostem** wartości zamówień (OV) o **67%**, współczynnika klikalności (CTR) o **34%**, a także **33% skokiem** współczynnika konwersji (CVR).

Pieczętki lojalnościowe także się opłaciły. Dzięki nim MK Fresh **podwoiło** całkowitą liczbę zebranych **zamówień**, a ich **średnia wartość** wzrosła od 5 do 7%.

Automatyzacja komunikacji oparta o RFM z kolei zaowocowała zwiększeniem zaangażowania i wzrostem sprzedaży: **OR** o **62%**, **CTR** o **31%**, a także **12% wzrostem liczby kupujących po raz pierwszy**.

W rezultacie e-mail stał się kanałem komunikacyjnym przynoszącym MK Fresh największą konwersję.

Jako zewnętrzna firma konsultingowa staramy się polecać naszym klientom najlepsze rozwiązania dostępne na rynku, czyli takie, które spełniają wszystkie ich potrzeby biznesowe. Dlatego też marce MK Fresh poleciliśmy platformę ExpertSender. Zapewniła ona MK Fresh dwie kluczowe rzeczy: dostarczalność ich komunikacji oraz zaawansowaną segmentację ich klientów.

Aleksandra Wasiak
eCRM Expert w iProspect







Angażowanie subskrybentów w spersonalizowane treści i automatyzacja komunikacji z klientami w całym cyklu ich życia przyniosły naszemu submarkowemu projektowi spektakularny sukces.

Wybór platformy ExpertSender to najlepsza decyzja, jaką mogliśmy podjąć.

Zbigniew Iwański
E-commerce Manager w MK Fresh

- ▼ **Scenariusze Marketing Automation** pozwalają na tworzenie dynamicznych ścieżek w cyklu życia klienta oraz na zwiększenie sprzedaży.
- ▼ **Tabele danych** pozwalają na przechowywanie zewnętrznych danych klienta (np. historii zakupowej) i na ich użycie na potrzeby zaawansowanej segmentacji.
- ▼ **Dynamiczna segmentacja** pozwala na bezproblemowe modyfikacje segmentów w czasie rzeczywistym, opierających się na danych o zakupie i danych behawioralnych.
- ▼ **Zaawansowana personalizacja wykorzystująca zbierane dane** pozwala na użycie różnych kanałów i danych behawioralnych, aby stworzyć niepowtarzalny customer experience.

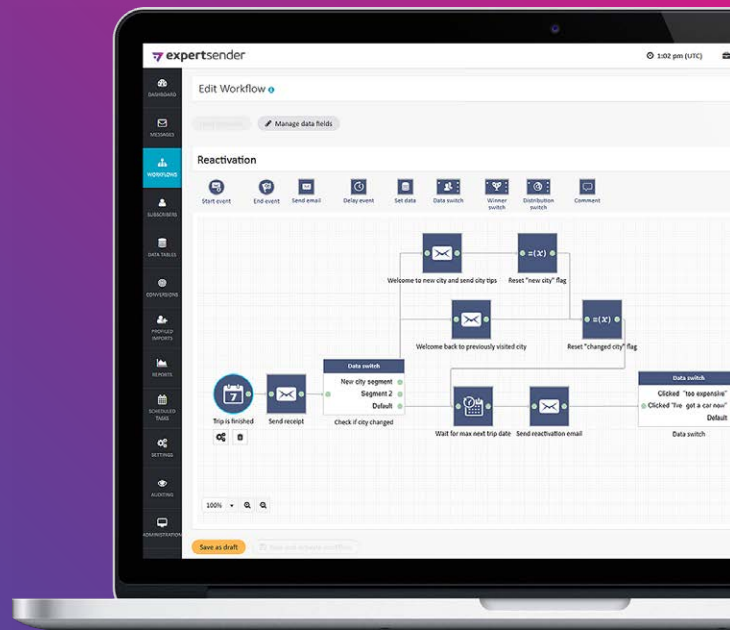
Wykorzystana technologia

-  Scenariusze Marketing Automation
-  Tabele danych
-  Segmentacja
-  Zaawansowana personalizacja

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



Te marki nam zaufały



Członkostwo & Certyfikaty



kontakt@expertsender.pl | www.expertsender.pl

numer telefonu: +48 58 351 33 30