

7,8% Wzrost przychodów

GOG + SALESmanago: sukces marki napędzany przez misję

GOG (część grupy CD PROJEKT), to czołowa platforma cyfrowej dystrybucji gier, która słynie ze swojej polityki DRM-free, dającej graczom pełną własność ich zakupów.

GOG obsługuje miliony graczy na całym świecie, oferując im wybrane klasyki oraz nowe produkcje.

Branża: Gaming, eCommerce
Wielkość firmy: Duża
Zasięg: Globalny (wsparcie dla EN, DE, FR, PL, CN)
Baza kontaktów: Ponad 28 900 000

Wyzwania i cele

Przed wdrożeniem SALESmanago, działania GOG napotykały liczne bariery techniczne i strategiczne.

Kluczowe wyzwania:

Opóźnienia w wysyłce e-maili do wielomilionowej bazy.

Brak możliwości skalowania personalizacji opartej na AI.

Cele strategiczne:

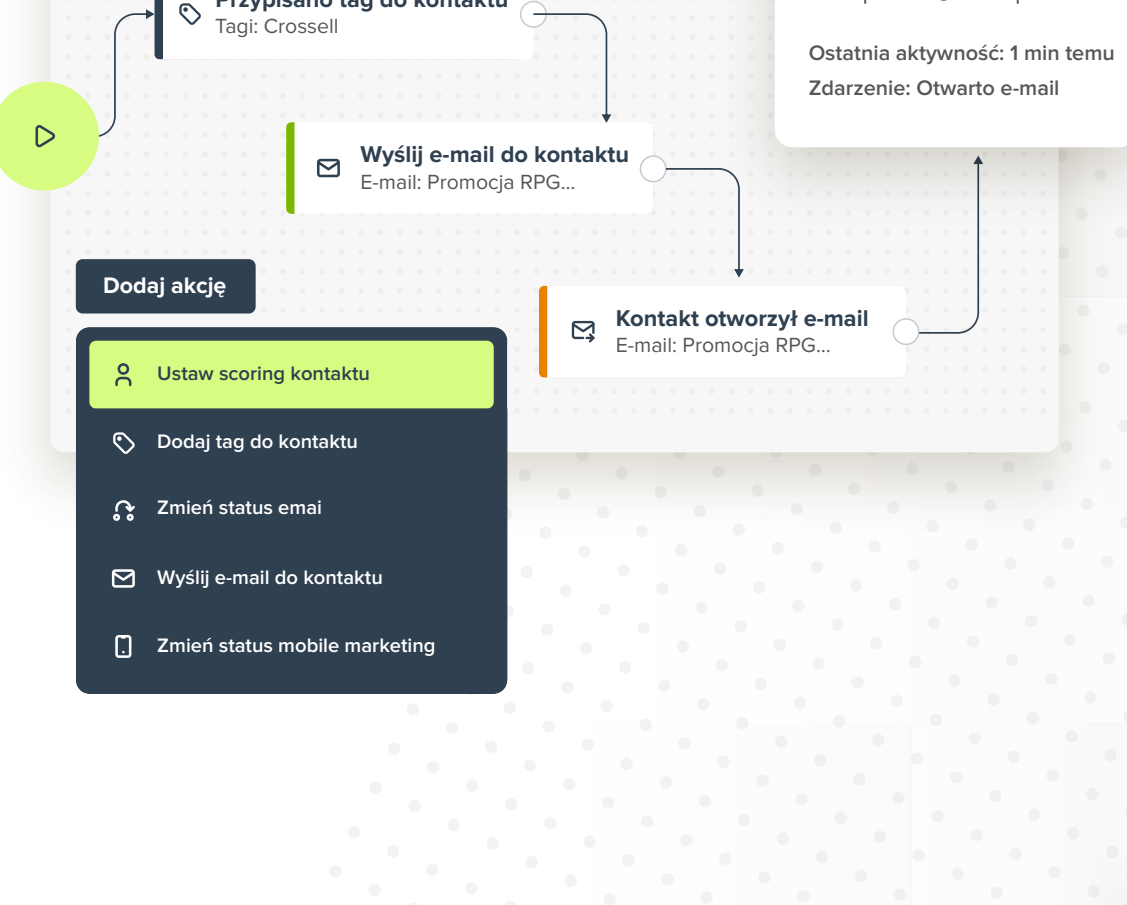
- ✓ Zwiększenie retencji i długoterminowego zaangażowania.
- ✓ Szybsza i stabilna dostarczalność e-maili.
- ✓ Wdrożenie zaawansowanej segmentacji i rekomendacji produktów.
- ✓ Intensyfikacja edukacji użytkowników o unikalnych wartościach GOG w celu budowania zaufania i szybszej konwersji.

Wdrożone rozwiązania

Onboarding oparty na misji

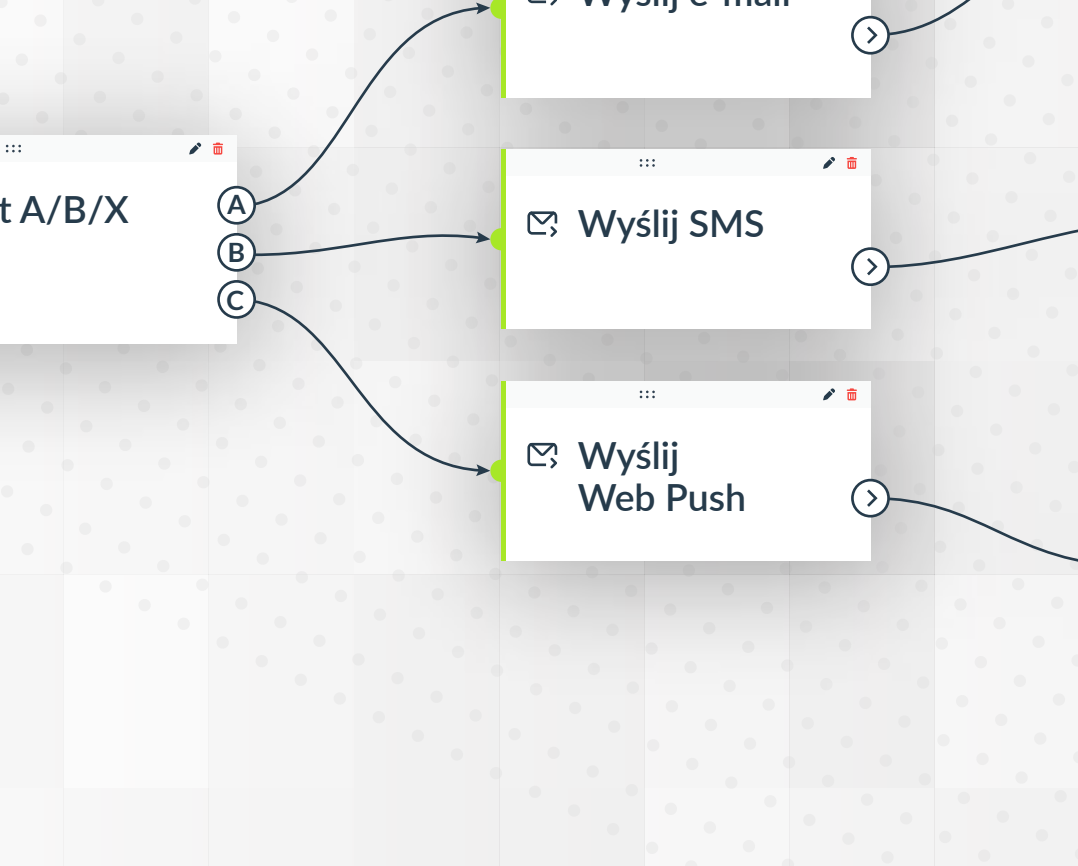
Fundamentem strategii był dynamiczny i spersonalizowany workflow onboardingowy, zaprojektowany tak, aby wprowadzić nowych użytkowników w świat wartości GOG.

To nie była zwykła seria powitalna. Zastosowano tutaj logikę lead nurturingu (znaną z B2B) w świecie B2C, traktując relację z każdym nowym graczem indywidualnie.



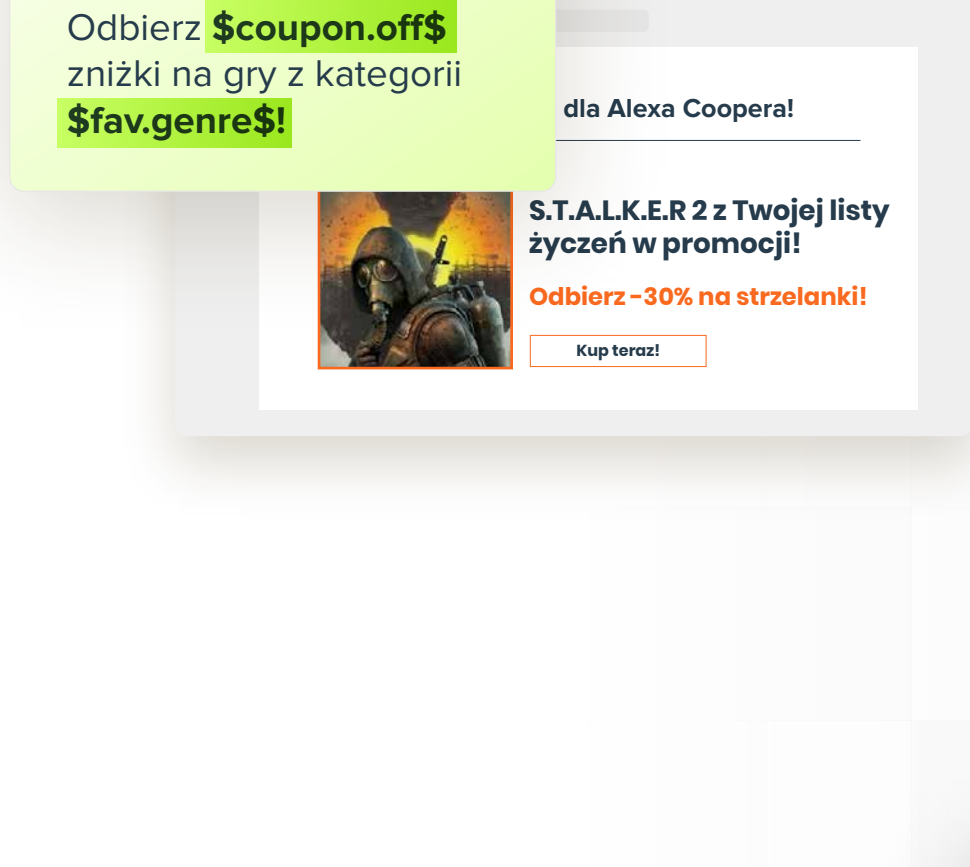
Zaawansowana automatyzacja Workflow

Zaprojektowano kompleksową ścieżkę onboardingową, segmentującą użytkowników na podstawie ich zachowania w ciągu pierwszych 24h.



Testy A/B/X

Wprowadzono ciągłą optymalizację tematów, treści i ofert, w celu zidentyfikowania najskuteczniejszej strategii komunikacji.

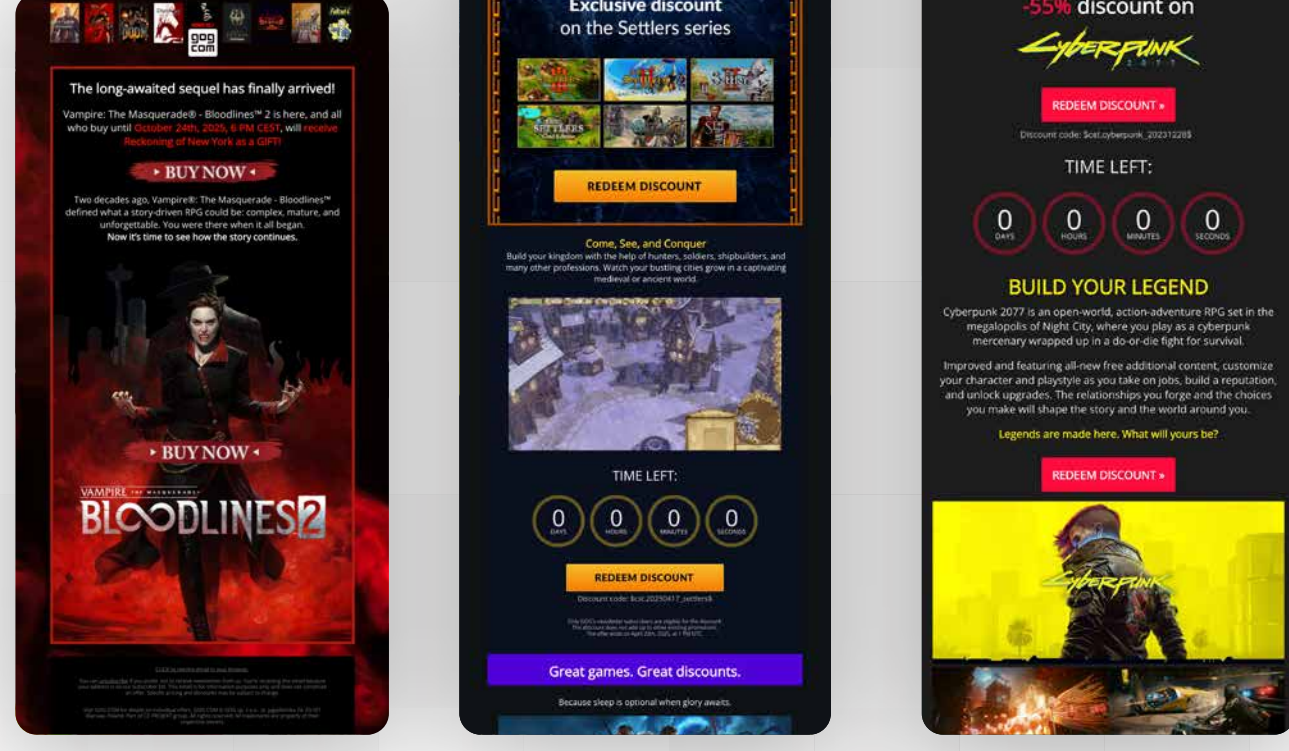


Hipersegmentacja i personalizacja

Zaprojektowano komunikację dopasowaną do zachowań użytkowników (np. przeglądane gatunki, lista życzeń), czyniąc każdą wiadomość istotną dla odbiorcy.

Email Marketing Studio

Uruchomiono wizualnie porywające e-maile, skutecznie komunikujące wartości marki GOG.

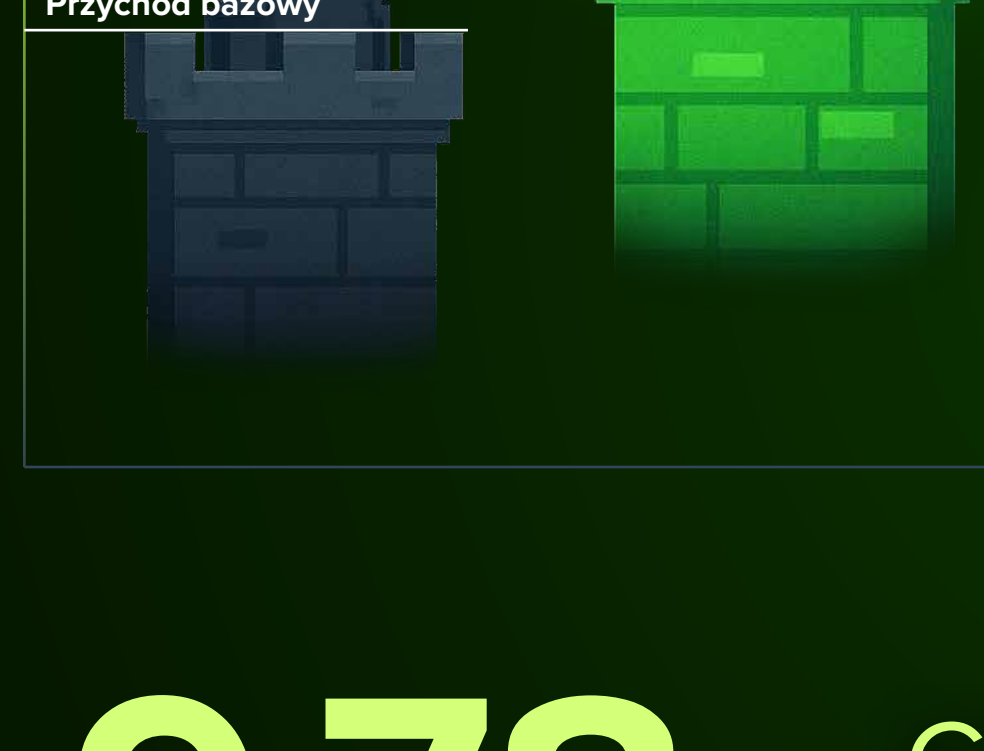


Wyniki kampanii

Kampania onboardingowa została przetestowana względem grupy kontrolnej, potwierdzając, że edukacja o wartościach przekłada się na realny wzrost biznesu.

Key Performance

ZWYCIĘZCA



7,8% Wzrost przychodów

Grupa objęta nowym onboardingiem wygenerowała o 7,8% wyższy przychód niż grupa kontrolna.

9,78% CTR najlepszego e-maila

Wiadomość skupiona na unikalnych wartościach marki osiągnęła najwyższą klikalność.



4,81% średni CTR

Kampania osiągnęła średni CTR na poziomie 4,81% – to wynik 4,8x wyższy niż w standardowych kampaniach sprzedażowych (1,00%).

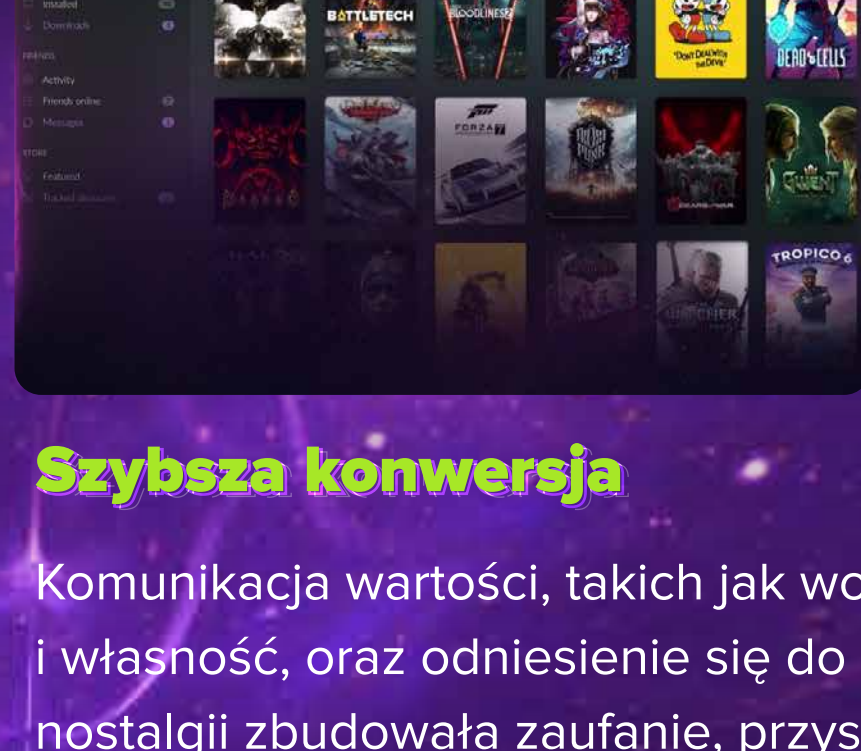


Jakość wygrywa



Większe zaangażowanie

Użytkownicy po onboardingu wyświetlali więcej gier, częściej instalowali klienta GOG Galaxy i chętniej wracali na platformę.



Szybsza konwersja

Komunikacja wartości, takich jak wolność i własność, oraz odniesienie się do uczuć nostalgii zbudowała zaufanie, przyspieszając decyzję o pierwszym zakupie.

Opinia klienta

“

"To świetne uczucie mieć taką **kontrolę nad e-mailami**. Kiedy wpadnę na jakiś pomysł, mogę go **łatwo zrealizować w SALESmanago**. Szeroki zakres triggerów i świetne funkcje testów A/B/X sprawdzają się u nas najlepiej."

Nikola Budna

Direct Marketing Specialist, GOG

Plany na przyszłość

GOG stale udoskonala ścieżkę użytkownika, i w tym celu od kilku miesięcy aktywnie wykorzystuje bramkę SMS od SALESmanago.

Zespół pracuje również nad kolejną wersją onboarding, wykorzystując wnioski z testów A/B, aby jeszcze głębiej personalizować doświadczenia społeczności graczy.

Więcej informacji: marketing@salesmanago.com

SALESmanago

www.salesmanago.pl