

ania

KRUK

Case study

SALES manago

Case Study

e-commerce



**Ania Kruk
personalizuje
komunikację
marketingową i osiąga
62% wzrost konwersji
dzięki zastosowaniu
rekomendacji AI
i kierowaniu
precyzyjnie dobranych
treści do wybranych
grup klientów.**

O firmie

Ania Kruk to firma założona w 2012 roku przez rodzeństwo Wojtka i Anię Kruk - piąte pokolenie znanej jubilerskiej rodziny Kruków, o blisko 200 letniej tradycji. Marka od początku łączy przeciwieństwa: długą tradycję ze świeżością nowego pokolenia oraz szlachetne materiały z biżuterią do noszenia na co dzień. Ania Kruk podąża za najnowszymi trendami wypuszczając kilka kolekcji każdego roku. Wzory produkowane są w kilkudziesięciu, a nie w setkach sztuk, dzięki czemu każda z klientek może poczuć się wyjątkowo.

Opinia



Z każdą nową funkcjonalnością i możliwością widzimy wzrosty wartości wskaźników efektywności naszych kampanii. Oczywiście jest, że na końcu liczy się sprzedaż ale realizujemy ją poprzez poprawę OR i CTR. Mocno segmentujemy klientów dzięki czemu celniej trafiamy w ich gust i zapotrzebowanie, a nie męczymy ich nietrafionym komunikatem. Ratując porzucone koszyki poprawiamy wskaźniki kampanii zewnętrznych i CVR. Co kwartał wdramy nową większą funkcjonalność jak segmenty dynamiczne, Copernicus, czy inteligentne ramki rekomendacji, ale wciąż też optymalizujemy już wdrożone tak by maksymalnie wykorzystać ich potencjał. Efekty widać wyraźnie w wynikach przez co już nie możemy doczekać się kolejnych zmian i ulepszeń.

Jan Sobieski

Head of e-commerce

Wyzwania

Ania Kruk dzięki wdrożeniu SALESmanago chciała zwiększyć sprzedaż online i konwersję z wygenerowanego już ruchu, dostosować ofertę do preferencji i potrzeb klientów oraz zwiększyć liczbę klientów powracających.

Wyznaczono następujące cele:

- wykorzystanie informacji o zakupionych przez klienta produktach w celu określenia preferencji oraz dobrania najbardziej interesującej oferty
- wykorzystanie mechanizmów dynamicznych do targetowania odpowiednich ofert poszczególnym klientom
- ratowanie porzuconych koszyków
- poprawa współczynników otwarć i kliknięć maili masowych



Rozwiązania

Targetowanie kampanii za pomocą segmentów dynamicznych

- jest to narzędzie pozwalające w łatwy sposób segmentować bazę kontaktów na podstawie transakcji, źródła wizyty, statystyk transakcji oraz źródła transakcji. Dzięki ich zastosowaniu możliwe jest wyselekcjonowanie kontaktów, które zakupiły produkty z danej kolekcji, wydały określoną kwotę, dokonały zakupów w interesującym nas czasie, np. przed dniem kobiet lub walentynkami, odwiedziły sklep w ostatnim czasie, itp. Wysegmentowanie interesującej nas bazy kontaktów umożliwia dobranie do wybranej grupy oferty i jej personalizację, przez co treści dostarczane do klientów lepiej wpasowują się w ich gust i są chętniej przez nich sprawdzane.

Ratowanie porzuconego koszyka z wykorzystaniem sztucznej inteligencji (SALESmanago Copernicus)

- Dzięki zastosowaniu algorytmów opartych o Machine Learning i AI, analizujących indywidualne profile klientów oraz ich historię wizyt i zakupów w sklepie, jest możliwe przewidywanie zachowania zakupowego i zarekomendowanie spersonalizowanych produktów. Po porzuceniu koszyka klient otrzymuje nie tylko informację o pozostawionych przez niego produktach, ale również indywidualnie dobrane artykuły dopasowane do jego preferencji.

Odzyskiwanie klientów nieaktywnych w automatycznej kampanii win-back z dynamiczną treścią

- Kampania polega na przesłaniu użytkownikom nieaktywnym w sklepie od dłuższego czasu informacji zachęcających do powrotu do niego i zakupu produktów. Jeśli klient w trakcie wizyty w sklepie nie dokona zamówienia, początkowo otrzymuje wiadomość dynamiczną z retargetingiem produktowym, a w przypadku braku zakupu, kolejne wiadomości po 14 i 30 dniach zawierające informacje o kodzie rabatowym na zakup rekomendowanego produktu.

Utrzymanie klienta w sklepie dzięki dedykowanym akcjom exit-popup

- W trakcie zintensyfikowanych działań sprzedażowych, związanych np. ze Świętami, czy Black Friday, stosowane są dedykowane tym akcjom komunikaty wyświetlane użytkownikom, którzy trafili do sklepu, ale chcą go opuścić bez dokonania zakupu. Komunikaty te zachęcają klienta do kontynuowania zakupów i informują o specjalnych promocjach.

Wdrożenie lead nurturingu oraz kampanii urodzinowej do zwiększania lojalności klientów

- W celu budowy stałej relacji z klientem zostały uruchomione działania budujące świadomość marki. Kampania lead nurturing przybliży nowym klientom historię powstania marki, osoby odpowiedzialne za jej sukces oraz poszczególne kolekcje. Wiadomości urodzinowe ze specjalnymi ofertami przypominają klientom, że firma o nich pamięta i ma dla nich coś specjalnego.

Efekty

77%

wzrost średniego
OR maili masowych
dzięki zastosowaniu
targetowania za
pomocą dynamicznych
segmentów
i personalizacji

1218%

lepszy CTR
automatycznych
wiadomości
dynamicznych z AI
w porównaniu do
tradycyjnych kampanii
mailowych

62%

wzrost konwersji
wspomaganej przez
SALESmanago
po zastosowaniu
rekomendacji AI
i precyzyjnego
targetowania różnych
segmentów klientów
dedykowanymi ofertami

248%

lepszy OR i CTR
kampanii mailingowych
przygotowanych dla
wyselekcjonowanej przez
segmenty dynamiczne
grupy odbiorców
w porównaniu do
tradycyjnych kampanii
mailingowych do całej
bazy

Możliwości rozwoju

- uruchomienie na stronie internetowej Live Chata, który pozwoli na pozyskiwanie większej ilości leadów na poziomie strony WWW, a także na sprawną obsługę zapytań - konsultant, rozmawiając z aktualnym klientem, ma podgląd na zapisane o nim w systemie dane. W najnowszej wersji Live Chat pozwala również na włączenie Automatic Sales Chat, który umożliwia rekomendację produktów przez Bota.
- wdrożenie widgetu Social Proof, który pokazuje jakim zainteresowaniem cieszy się dany produkt na stronie. Zastosowanie tego narzędzia wspomaga konwersję i skłania potencjalnych klientów do szybszego sfinalizowania zakupu.
- rekomendacje produktowe na stronie z wykorzystaniem AI ułatwią odnajdywanie przez klientów interesujących ich produktów i zwiększą konwersję sprzedażową w sklepie