

1 Проблема

Есть база клиентов, которые за последний год делали заказ. Прочих взаимодействий после заказа с ними не было. 90% делают разовые покупки, 8% - повторный заказ, 2% - более чем 2 заказа.

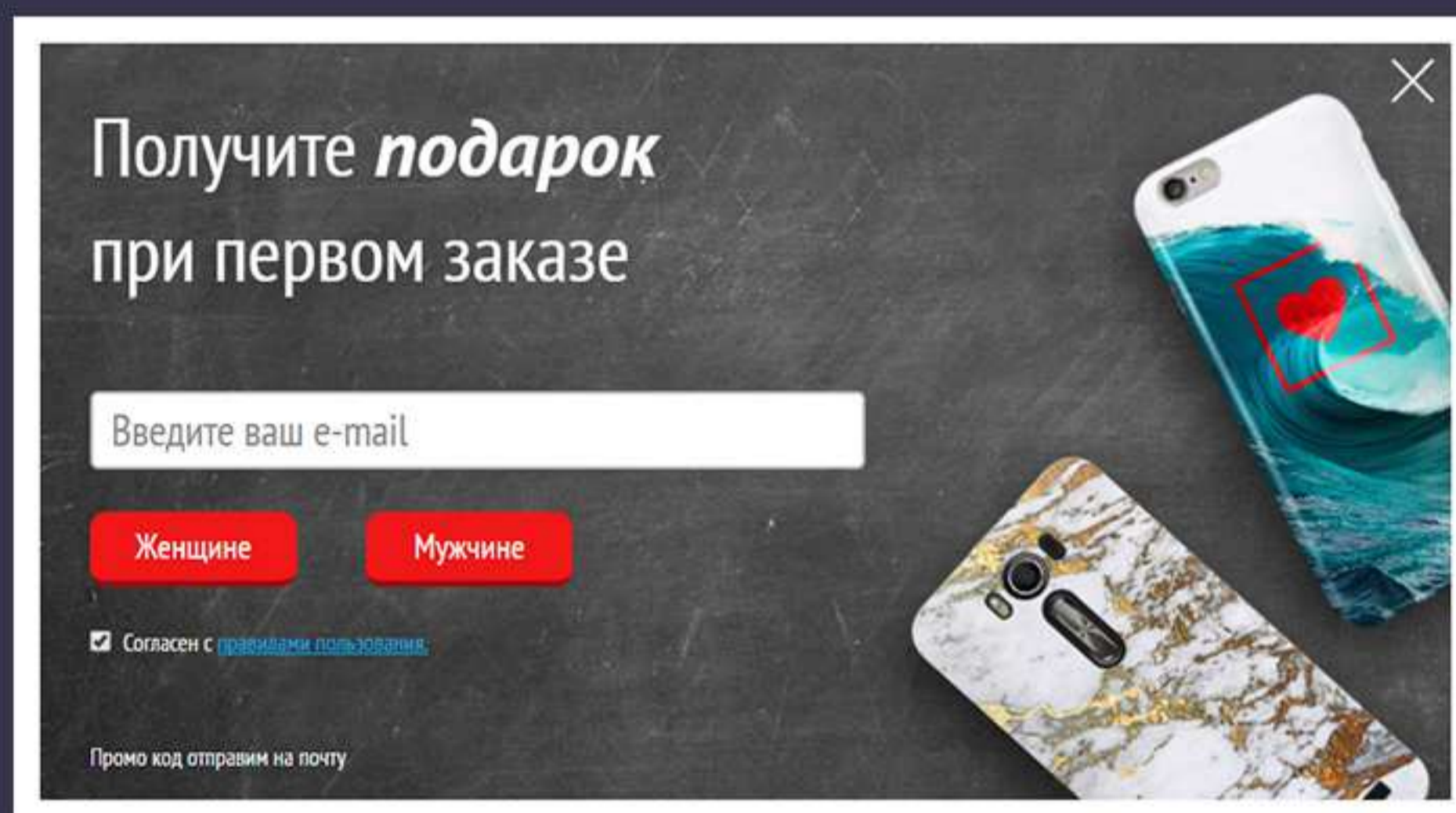
2 Решение

Разработать стратегию email-маркетинга основанную на сегментации покупателей на первичном этапе сбора базы. При помощи формы подписки с кнопкой "Мужчина/Женщина" была проведена сегментация, и на основе этих данных велась серия автоответчиков в зависимости от пола.

3 Результат

Первое письмо "А можно с Вами познакомиться поближе?" открыли 22,89% получателей, по ссылкам кликнули 2,6%. Первая приветственная рассылка принесла заказов более чем на 60 000 рублей. На текущий момент только с email рассылки пришли заказы более чем на 200 000 рублей.

Pop-up на странице сайта caseplace.ru



Примеры писем интернет-магазина "Case place"

