



Flash-sale в письмах, или Как разбудить спящего клиента. Кейс "Аромабутик"

=====

Наталья Семагина, EmailMatrix



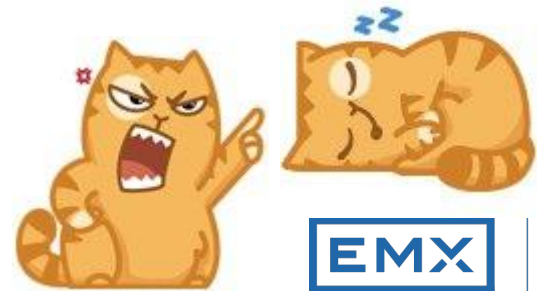
О чём поговорим?

1. Реактивация. Что делают все
2. Flash-sale в письмах. Планируем
3. Кейс. Активируем базу "Аромабутик"



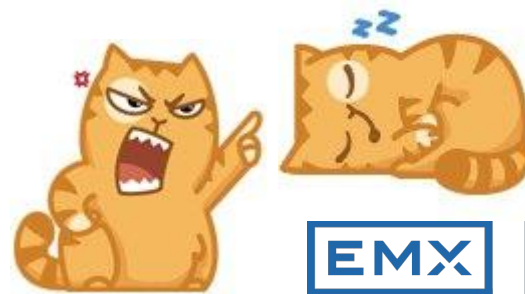
Реактивация

В среднем раз в три месяца каждая компания запускает письмо реактивации



Реактивация. Что делают все

ЗАДАЧА: Пробудить интерес пользователя к рассылкам и продукту

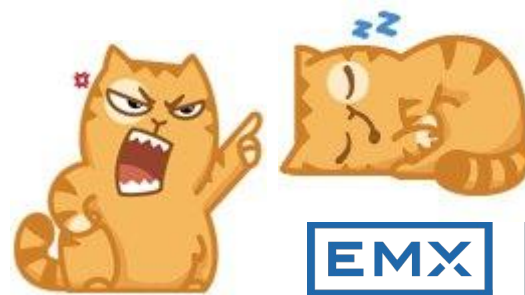


Email
Matrix

Реактивация. Что делают все

ЗАДАЧА: Пробудить интерес пользователя к рассылкам и продукту

ОТДАЧА: Около 10% подписчиков возвращают свой потерянный интерес

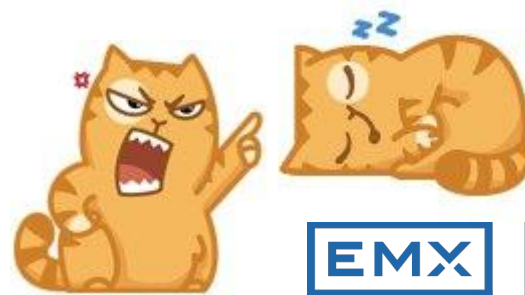


Реактивация. Что делают все

ЗАДАЧА: Пробудить интерес пользователя к рассылкам и продукту

ОТДАЧА: Около 10% подписчиков возвращают свой потерянный интерес

ПОЧЕМУ?



Email
Matrix

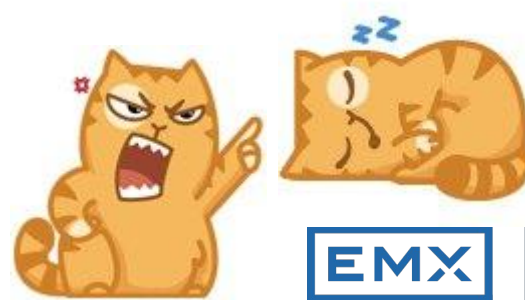
Реактивация. Что делают все

ЗАДАЧА: Пробудить интерес пользователя к рассылкам и продукту

ОТДАЧА: Около 10% подписчиков возвращают свой потерянный интерес

ПОЧЕМУ?

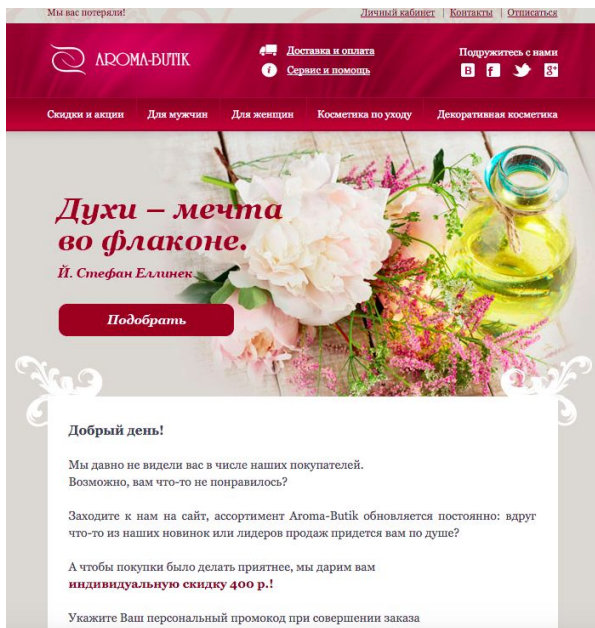
Отправляем всем одно и то же,
в одном шаблоне
с одним предложением!



Email
Matrix

Реактивация. Что делают все

Кейс "Аромабутик"



ИМ "AROMA-BUTIK" отправляет письмо:

- подписчикам неактивный в покупках 6 и более месяцев;
- предложение – скидка в 400 руб.;
- ограниченно предложение в 3 дня.

Тема: "Дорогой друг, мы подготовили для вас подарок"

OR = 56 %

CTR = 22 % от открытий

! Conversion Rate = 2,1 % ! – ХОТИМ БОЛЬШЕ!!!!



Email
Matrix

Идея! Flash-sale в письмах

мгновенная распродажа только для подписчиков, — это некая распродажа, которая сильно ограничена во времени, например, часом, днём или тремя днями.



Email
Matrix

Flash-sale. Планирование

1. Определяем скорость реакции на письма. Для чего?

Акция длиною:

- день;
- двое суток;
- трое суток.



ИМ "Аромабутик"

Акция длилась 48 часов!

Средняя скорость реакции подписчиков на письма



Flash-sale. Планирование

2. Оценка критической нагрузки сайта и качества базы

- Подготовить Call-Center к наплыву звонков;
- Проверить, какую максимальную нагрузку сможет выдержать сайт;
- Убедиться в качестве и давности базы:
 - рост жалоб,
 - рост ошибок доставки.



Flash-sale. Планирование

2. Оценка критической нагрузки сайта и качества базы

Как избежать ошибок при Flash-sale?
Сделайте растяжку!



ИМ "Аромабутик"

Кампания запускалась в три захода с растяжкой в несколько десятков тысяч подписчиков.



Email
Matrix

Flash-sale. Планирование

3. Проработать тактику анонсирования

- анонс заранее;
- уведомление о старте;
- обратный отсчёт.



Flash-sale. Планирование

3. Проработать тактику анонсирования

Кейс "Аромабутик". Анонс заранее

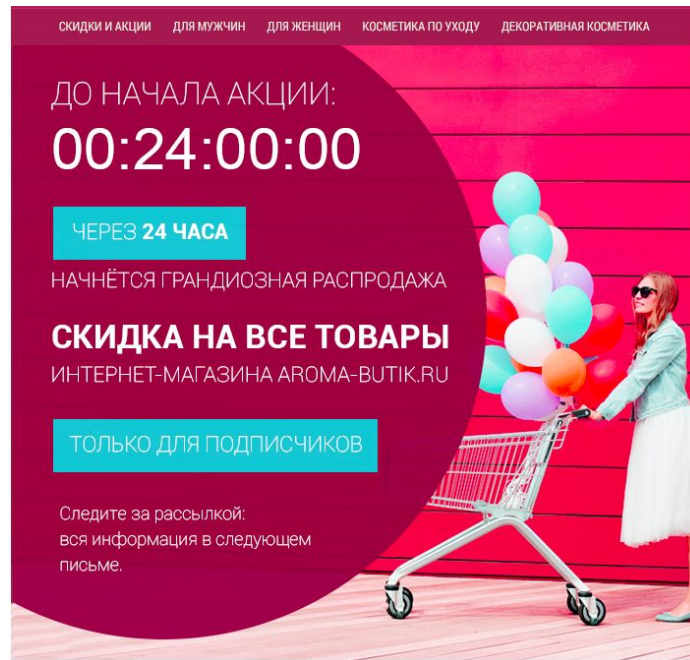
Сегмент: Отсутствует покупательская активность 8 последних месяцев

Тема: "Грандиозная акция стартует через 24 часа. Не пропустите!"

OR = 15,63 % от отправленных

CTR = 14,9 % от открытий

Conversion Rate = 2,4 % от переходов



Flash-sale. Планирование

3. Проработать тактику анонсирования



Это интересно!

У пользователей, которые открыли первое письмо с анонсом:

- CTR в последующих двух акционных писем выше на 6%;
- Conversion Rate на 4%.



Flash-sale. Планирование

3. Проработать тактику анонсирования

Кейс "Аромабутик".

Уведомление о старте 10 утра

Тема: "Распродажа стартовала!"

Не упустите свой шанс!"

OR = 16,75 % от отправленных

CTR = 23,9 % от открытий

Conversion Rate = 8 % от переходов

скин и акция для мужчин для женщин косметика по уходу декоративная косметика

ОСТАЛОСЬ
02:00:00:00

ТОЛЬКО 2 ДНЯ!

ЗАКРЫТАЯ РАСПРОДАЖА!
СКИДКА 15%

НА ВЕСЬ АССОРТИМЕНТ

Торопитесь, времени всё меньше.

ПРОМОКОД НА СКИДКУ 161115

Скопируйте промокод

Введите промокод на странице оформления заказа

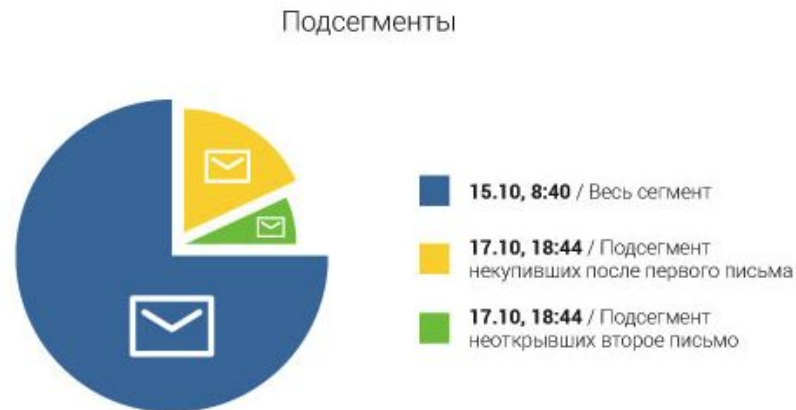
Купите любые товары со скидкой 15%

Flash-sale. Планирование

4. Планирование подсегмента для третьего письма

Можно отправлять:

- кто не открыл второе письмо;
- кто не купил с этой акции;
- кто не открыл и не купил.



Flash-sale. Планирование

4. Планирование подсегмента для третьего письма

Кейс "Аромабутик".

Обратный отсчёт в 10 утра последнего дня акции

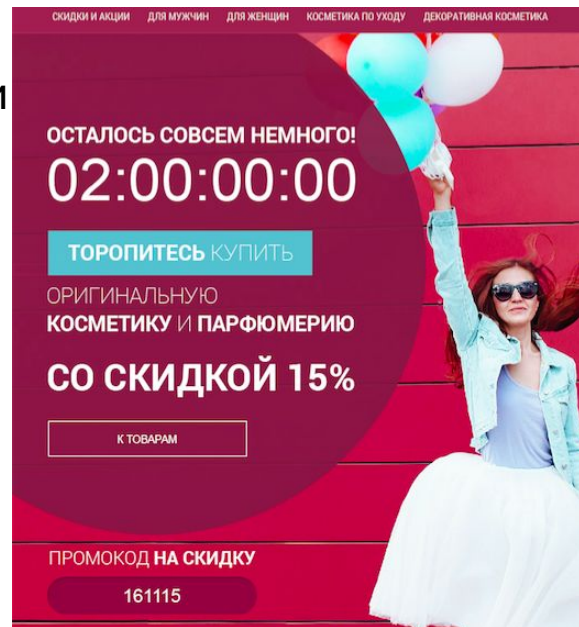
Сегмент: Не открыл второе письмо

Тема: "Последний день небывалых скидок!"

OR = 14,75 % от отправленных

CTR = 20,4 % от открытий

Conversion Rate = 4 % от переходов



Email
Matrix

Flash-sale. Выводы

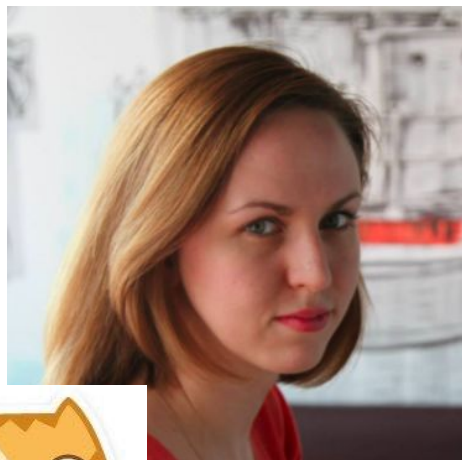
6 % (от количества отправленных) уникальных пользователей совершили конверсию с этой одной емейл-кампании.

3,2 % активированных пользователей по сей день совершают две и более покупок в ИМ без дополнительной стимуляции в виде бонусов и скидков.

Кампания повторяется раз в полгода, активируя спящих непокупающих пользователей.



Контакты



Наталья Семагина,
директор по маркетингу EmailMatrix

natalya.semagina@emailmatrix.ru

<https://www.facebook.com/natalya.semagina>

+7 910 624-37-73



Email
Matrix