

# PHILIPS



Станислав Розен

## **ГЛАВНОЕ - НЕ РАЗМЕР**

КАК С МАЛЕНЬКОЙ БАЗОЙ ВЛИЯТЬ НА БОЛЬШИЕ  
ПРОДАЖИ

# ЧЕМ ОТЛИЧАЮТСЯ БРЕНДЫ?



PHILIPS



# ЦЕЛЬ. ОКУПИТЬ ИНВЕСТИЦИИ В CRM В ТЕЧЕНИЕ 1 ГОДА

- 12 продуктовых категорий
- 12 маркетологов
- 2 ковровые рассылки в месяц
- Новинки продуктов
- 1 CRM Менеджер





# ШАГ2. НУЖЕН НОВЫЙ ФОРМАТ

## Требования к новому формату.

- Нужно больше контента
- Контент должен быть интересен покупателю, а не маркетологу.
- Продукты и акции должны оставаться - это наш бизнес.
- Ввести интерактив и игровые механики для вовлечения. Не все любят читать.





### Ранняя диагностика рака груди

Прините участие в конкурсе «Расскажи подружке о важном». Помогите нам распространить информацию о важности ранней диагностики рака молочной железы и получите 1 из 50 стильных инновационных LED светильников. Давайте вместе расскажем о том, что действительно важно.

[Узнать больше](#)



### Инновации в деталях

Молтио, инновационная кофемашина, созданная для идеального вкуса кофе. Saeco представляет первую в мире кофемашину со съёмным контейнером для зерен. Благодаря ему, приготовление кофе, который любите вы, возможно всего одним кликом. Вы можете легко снять контейнер и поменять зерна или же просто убрать зерна на хранение. Saeco Moltio дает возможность бесконечно экспериментировать с различными зёрнами и вкусами кофе, всего одним движением!

[Узнать больше](#)



Светильник Philips LivingColors Iris  
прозрачный  
70999/60/PN  
Наполните свой мир цветом



Фотозпилятор Lumea IPL  
SC2001/01  
Откройте естественную красоту вашей  
кожи вместе с фотозпилятором Philips  
Lumea!



# ШАГ2. НУЖЕН НОВЫЙ ФОРМАТ

## Требования к новому формату

- ❑ Нужно больше контента
- ❑ Контент должен быть интересен покупателю, а не маркетологу.
- ❑ Продукты и акции должны оставаться - это наш бизнес.
- ❑ Ввести интерактив и игровые механики для вовлечения. Не все любят читать.

## Результаты

UCR: **8,4%** vs 4,4% 2012 average

Product clicks: **50%** of total clicks

Commercial clicks: **68%** of total clicks

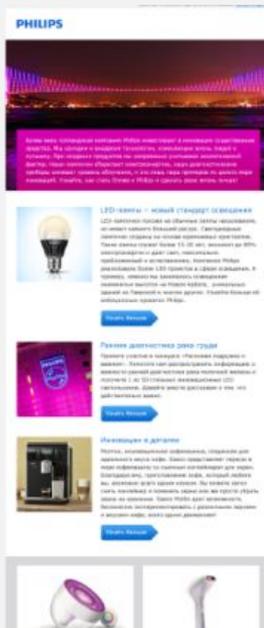
# ШАГ 3. СТРАТЕГИЯ КОММУНИКАЦИИ

Newsletters: **охват** и сбор интересов пользователей

Open Rate >30%

Unique Click Rate >6%

eCommerce CR <0,5%

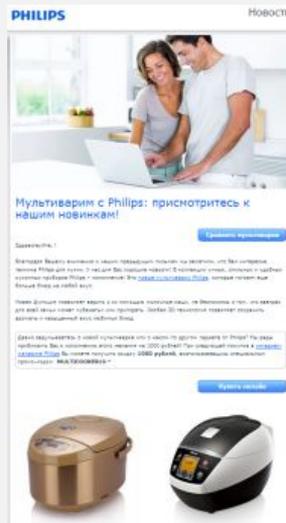


Activation emails: **активация** целевых сегментов

Open Rate >35%

Unique Click Rate >9%

eCommerce CR >1%



Product Support: **лояльность**

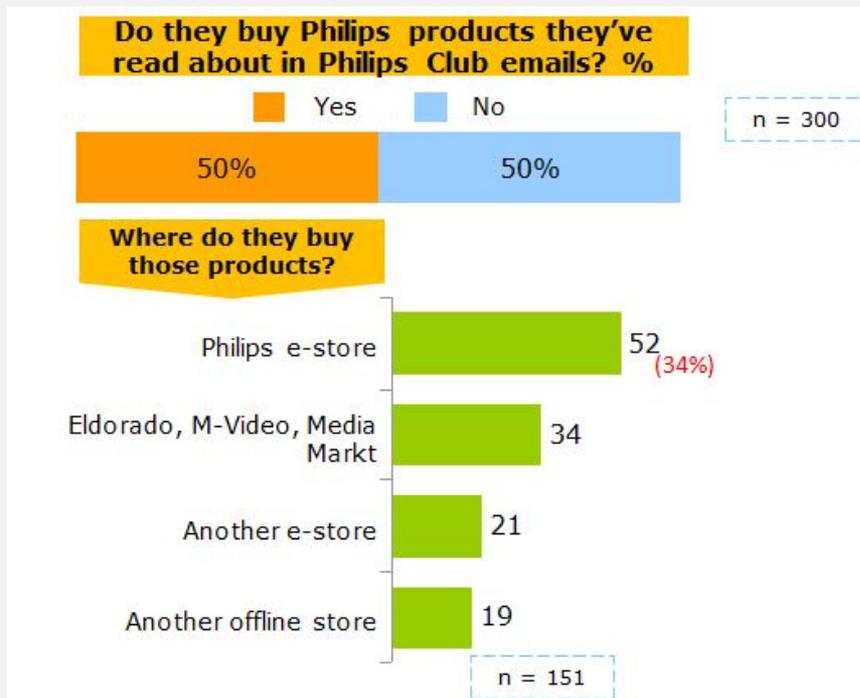
Open Rate >40%

Unique Click Rate >11%

eCommerce CR >1%

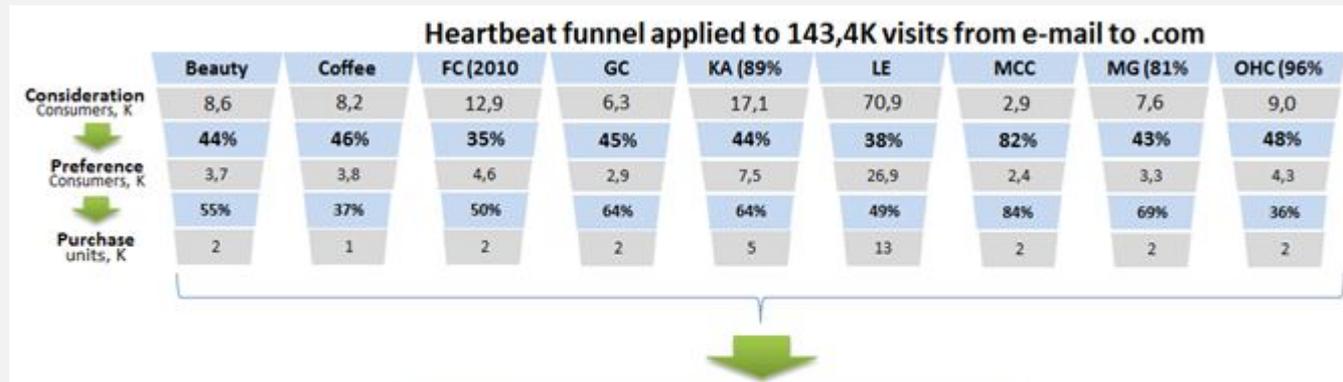


# ШАГ 4. ПРОДАЖИ



Только **34%** покупателей, читающие email-ы делают покупки в официальном интернет-магазине Philips

# ШАГ 5. ОЦЕНКА УПУЩЕННЫХ ПРОДАЖ



Мы допустили, что пользователь кликнувший кнопку "Купить" находится в состоянии "Consideration" воронки продаж.

855k Eur Sales Sept 2012 YTD



# ШАГ6. ГЕНЕРАЦИЯ ОТЗЫВОВ

Отзывы пользователей увеличивают конверсию в покупки на 144%

**PHILIPS** Новости

## Мы ценим Ваше мнение!

Здравствуйте, Дмитрий

Спасибо, что зарегистрировали продукт в Клубе Philips!

Нам очень важно Ваше мнение, поэтому мы просим поделиться своим опытом с нами и другими покупателями. Оставить отзыв о продукте займет всего лишь минуту.

В благодарность за Ваше время, мы рады будем предоставить Вам **скидку 20%** на следующую покупку в [интернет-магазине Philips](#). Опубликуйте Ваш отзыв о продукте до 18 сентября 2013 года и 22 сентября 2013 года мы вышлем вам письмо с промо-кодом на скидку\*.

Надеемся на Вашу объективную оценку!

С уважением,

Команда [Клуба Philips](#)

\*Скидка распространяется на все категории товаров, кроме следующих: телевизоры и аксессуары, мобильные телефоны, медицинская техника, световые решения, мониторы, товары по специальным ценам или с подарками.

Исследование среди читателей | Отменить подписку | Зарегистрировать продукт | Отправить другу

Вы получили это письмо, потому что Вы согласились получать информацию и сообщали нам Ваш эл. адрес: 040470@mail.ru. Чтобы отменить получение писем от нас, добавьте этот адрес в свое адресное книгу. Не отвечайте на это письмо. По всем вопросам и предложениям обращайтесь в раздел поддержки потребителей на нашем сайте.

<http://www.philips.ru> ©2004-2013 Koninklijke Philips N.V. Все права защищены. Главный офис Philips.



- Конверсия в отзывы = **8%**
- Средний рейтинг = **4,29** vs 3,75
- Конверсия в покупки = **5,3%**

# ШАГ 7. ОТЗЫВЫ НА Я.МАРКЕТ

Анонс и выбор  
продукта



OR = 40,6%  
UCR = 10,4%

Приглашение

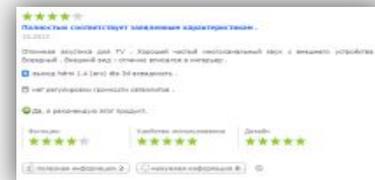


OR = 53,6%  
UCR = 37,7%

Продукт на  
тестирование



Купон на  
скидку



Конверсия в  
покупку  
**48%**

# РЕЗУЛЬТАТЫ

1. Email стратегия отвечает задачам маркетологов (создание знания о продукте) и задачам бизнеса (продажи).
2. Доказано, что email-маркетинг окупает инвестиции в CRM за счёт влияния на продажи.
3. Создан механизм генерации отзывов, а отзывы в свою очередь влияют на принятие решение о покупке сотен тысяч покупателей.