sendsay

Автоматизация повторных продаж

Вывод нового продукта на существующую аудиторию

Октябрь 2018

Marketing
Sales

Это ваш покупатель

Как понять
чего она хочет

4 шага правильного CRM маркетинга

Сделать предложение

Проанализировать данные – *анализ с помощью машинного обучения*

Собрать данные – *анкеты, обогащение данных, история поведения*

Получить контакт и разрешение – *автоматические формы на сайте*

Почему именно каналы персональных коммуникаций

Самые высокие показатели ROI

Это ваш покупатель.
Он пытается выбрать,
а кто-то влияет на его
выбор.
Это вы или кто-то
еще?

По этой лестнице пройдут только те, кто общается напрямую с клиентом

Оффлайну проще всего

Карты лояльности

Попробуйте это осознать

Конверсия в получение контакта иногда выгоднее конверсии в продажу

Сбор контактов при правильно выстроенном email маркетинге выгоднее мгновенных разовых продаж

Пример компании где контакт дороже среднего чека

Скриншот главной страницы сайта

wish

~~5 224₽ RUB~~ 1 306₽ RUB

Регистрируйтесь, чтобы просмотреть товары!

Facebook-регистрация

Google-регистрация

Обычная регистрация

или

Вход

Download on the App Store

GET IT ON Google Play

Get it from Microsoft

Available at amazon

Сбор контактов онлайн.

Играйте и интригуйте. Предлагайте что-то полезное по email

Обычная форма подписки

Меньше шагов – хуже конверсия

Форма, которая работает

Доступ к ценам "для своих"

Чтобы мы смогли вам послать наиболее точные предложения, ответьте на пару вопросов.

Какой тип одежды вам более интересен

- ☐ Спортивный
- ☐ Джинсы, футболки, Худи
- ☐ Смарт кэжуал
- ☐ Костюмы и сорочки

Пол

- ○ М
- ○ Ж

Размер одежды

- ○ S
- ○ M
- ○ L
- ○ XL
- ○ XXL
- ○ XXL

Рост

- ○ 150-160
- ○ 161-170
- ○ 171-180
- ○ 181-190
- ○ 191-200

Отправить

Exit Intent

Персональные коммуникации не только с покупателем, но и с посетителем

Форма опроса для взаимного удовольствия

Успокаиваем клиента и получаем разрешение на покупку.

КОГДА НОВЫЙ ПРОДУКТ ПРОСТО НЕОБХОДИМ

Новый для рынка продукт

Проблема первых покупателей

Сбор данных

Собрать каждый факт

Время с последней покупки

Число покупок

Чемпионы

Лояльные

Мы не должны их потерять

Перспективные

Новые

Случайные

Потерянные и ненужные

Нет массовым информационным рассылкам

Полная персонализация

Автоматический динамический контент

Полная персонализация

Массовая персональная рассылка

Одна массовая рассылка может выглядеть у каждого получателя по своему

- **Обращение по имени**
- **Динамический фон в зависимости от возраста**
- **Товар, который смотрела**
- **Cross sale товар**

Автоматическая подстановка последнего фото и текста из группы в ВК

Автоматическая подстановка наиболее популярных товаров на которые сейчас идут акции

Автоматические персональные товарные рекомендации для каждого

Исключаем емейл маркетолога из процесса

Даже время рассылки мы не даем ему выбрать

Тренды на рынке email маркетинга

Куда движутся платформы

Мультиканальность

Автовыбор канала

Автопоследовательности (не прочел емейл – отправить по другому каналу)

Авто аналитика

Платформа точно знает когда получатель читает и открывает письма, время максимальных конверсий, устройство.

Товарные рекомендации

Автовыбор – **что** предложить данному покупателю

Кому предложить данный товар.

Авто сегментация под любую задачу.

Триггеры

Минимально необходимый набор

+15%
Брошенная корзина

+10%
Реактивация

+4%
Товар в избранном

+5%
Интерес к товару

Напоминание о событии
+1%

Велком серия
+2%

Товарные рекомендации
+10%

Триггеры эффективность

Минимально необходимый набор

Итого эффект от триггеров

+47%

Персонализированные контактные данные

Просмотренный пользователем товар

Купон на скидку

Рекомендации альтернативных товаров

Рекомендации сопутствующих товаров

Брошенная корзина

Повторные продажи и кросс сейл

Любая покупка – повод завязать общение для продажи второй

Губная помада → Через 1 месяц покупка новой.

Стиральная машина → Подставки под ножки – 1 неделя → порошок - регулярно каждые 10 дней → доп гарантия через 11 месяцев → Новая машина через 3 года

Уходящие клиенты

Некоторых можно вернуть

Личные причины

Клиент больше не нуждается в подобных товарах

Ваша вина

Клиенту нужны ваши товары, но либо вы не отвечаете его запросам, либо кто-то другой отвечает лучше

Возврат клиента

Последовательность, возвращающая даже недовольных

Email маркетинг переходит в CRM маркетинг

Мы отвязываемся от каналов – главное что и кому доставить

- Главное понять что и кому предложить, а выбор канала – техническое решение.
- Email – push – viber – sms – соцсети
- Экономия на дорогих каналах (sms) или синергия за счет одновременного воздействия

sendsay

01 16 ЛЕТ НА РЫНКЕ

Крупнейший сервис среди российских платформ. Среди наших клиентов - министерства и крупнейшие банки

02 МОЩНОСТЬ

10 миллионов писем в час. Несколько миллионов sms в час, любой объем данных.

03 БЕЗОПАСНОСТЬ

Единственное решение для email и sms маркетинга, имеющее аттестат соответствия закону о персональных данных (и имеющее сервера в России)

04 МУЛЬТИКАНАЛЬНОСТЬ

Email, sms, push, соцсети, автоматические телефонные звонки, доставка бумажной почты.

05 СЕГМЕНТАЦИЯ

CRM возможности по анализу сегментов и клиентов

Контакты

+7 916 694 4707

www.sendsay.com

facebook.com/sendsay

kascheev@sendsay.ru

Москва, ул Барклая д 6 стр 5