

Email Marketing in E-commerce: A Competitive Landscape

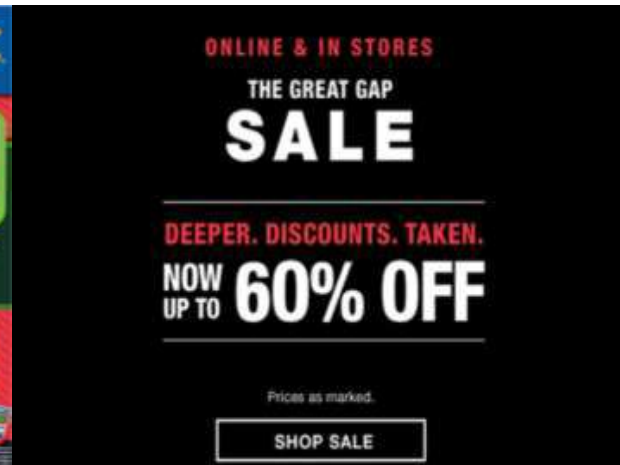
Ομιλητής : Τσίγκρος Κυριάκος

Το παραδοσιακό Marketing επικεντρώνεται στο προϊόν

Τονίζει την μοναδική
ποιότητα του προϊόντος

Μαζικά προωθητικά
μηνύματα

Τακτικές
ανταγωνισμού με
πολύ χαμηλές τιμές



Το πελατοκεντρικό μοντέλο Marketing

Προσέγγιση

Κατανόηση των αναγκών και προσαρμογή των προϊόντων

Αξίες

Μετατροπή της επίσκεψης στο site μας σε αξέχαστη εμπειρία

Το μήνυμα

Νιώθει την ανάγκη ότι “ Το χρειάζεται τώρα “

Παράδοση

“Κατά παραγγελία” προσωποποιημένα μηνύματα

Για να υιοθετήσεις ένα πελατοκεντρικό μοντέλο Marketing χρειάζεται:



Στατιστικά για τις προτιμήσεις των πελατών



Παροχή προσωποποιημένων προσφορών



Να σιγουρευτείς για μία μοναδική εμπειρία μέσω όλων των καναλιών

Χρειάζεται επένδυση και αφοσίωση από όλη την εταιρεία για να πετύχει στο πελατοκεντρικό μοντέλο

Υιοθετώντας ένα πελατοκεντρικό μοντέλο Marketing

Για τη δημιουργία του σωστού μηνύματος πρέπει να ξέρεις το κοινό που θέλεις να απευθύνεται...



Συλλογή πληροφοριών για τους πελάτες

Μετέτρεψε κάθε επίσκεψη σε ευκαιρία να γνωρίσεις καλύτερα τον πελάτη. Κατέγραψε τη δραστηριότητα στο site, τα ανοίγματα και click στις καμπάνιες, καθώς και τα δημογραφικά χαρακτηριστικά και χτίσε το προφίλ των πελατών σου.



Δυναμική τμηματοποίηση

Ευελιξία στην τμηματοποίηση των πελατών με κάθε συνδυασμό των γνωστών πληροφοριών. Κάνε λίστες δυναμικές που θα ενημερώνονται σε πραγματικό χρόνο με τα νέα δεδομένα που συλλέγεις. Έτσι τα email σου θα πηγαίνουν πάντα στους σωστούς παραλήπτες.



Εξατομίκευση

Οι προσωποποιημένες καμπάνιες, σου επιτρέπουν να επικοινωνείς μοναδικό περιεχόμενο στον κάθε παραλήπτη. Έτσι παρέχεις μια εξατομικευμένη εμπειρία σε μεγάλη κλίμακα αποδεκτών.

Και πως επιλέγεις να επικοινωνείς με τους πελάτες σου;

Το Email Marketing παραμένει **top Κανάλι** για τους Marketers

72%

των καταναλωτών διαλέγει το email ως προτιμώμενο τρόπο επικοινωνίας

Γιατί διαγράφονται από τα newsletter σου;

35%

Συχνή αποστολή

21%

Μη σχετικό περιεχόμενο

...αύξησε τα ανοίγματα των email κάνοντας τα προσωποποιημένο και στοχευμένα σύμφωνα με τις προτιμήσεις των καταναλωτών σου

Pop Quiz: Ποια καμπάνια είναι πιο πιθανό να φέρει πελάτες;

free
Dove cosmetic
bag offer

An advertisement for a Dove cosmetic bag offer. It features a light blue and white cosmetic bag with a blue ribbon tied around it. Next to the bag are several Dove products, including a bar of soap in its packaging, a tube of cream, and a bottle of lotion. A blue tag with white text is attached to the bag. The background is a light blue gradient.

This summer we're also giving away 5 Dove Beauty Hampers valued at \$110 each. [find out more >](#)


This summer The Dove Beauty Counter is coming to shopping centres across Australia. So, come meet the Dove Team and you could receive a free Dove Cosmetic Bag*.

Simply purchase any Dove bar product plus one other Dove product, and show the Dove Team your receipt to receive your gift with purchase.

Check if Dove Beauty Counter is coming to a location near you.


RECOMMENDED JUST FOR YOU
Shop the beauty fixes we've selected for you.

FOR YOUR GREEN EYES ONLY

A Stila eye shadow palette and a small bottle of eye shadow. The palette is open, showing a shimmering shade of eye shadow. The bottle is small and dark with a white cap.


STILA
Magnificent Metals Foil Finish
Eye Shadow
\$32.00

YOUR LIGHT COMPLEXION PERFECTOR

A Clinique Even Better Makeup SPF 15 product. It is a small, clear bottle with a silver cap and a white label.

CLINIQUE
Even Better Makeup SPF 15
\$27.00

YOUR OILY SKIN SOLUTION

A Clinique Dramatically Different Moisturizing Gel product. It is a small, clear bottle with a silver cap and a white label.

CLINIQUE
Dramatically Different
Moisturizing Gel
\$26.00

Οι προσωποποιημένες προϊοντικές προτάσεις οδηγούν σε μέχρι και 5x sales conversions

Κατέγραψε σχολαστικά την απόδοση σου και βελτιώσου

Καταγραφή αποδοτικότητας της καμπάνιας

- Ανοίγματα, clicks, διαγραφές, bounces
- %ανοίγματα ανά τύπο συσκευής (desktop,κινητό,browser)
- Διανομή σε χρονοδιάγραμμα

Click Map Καμπάνιας

- Δες που έκαναν click οι πελάτες σου, και πώς τα clicks μοιράζονται σε όλα τα links μέσα στην καμπάνια. Αυτό παρέχει στρατηγικά στατιστικά που βελτιώνουν το CTR (Click Through Rate)

Live Στατιστικά για το Ηλεκτρονικό εμπόριο

- Κατέγραψε την αξία των παραγγελιών και τις ποσότητες
- Κατανομή αγορών ανά κανάλι για να δεις ποιό προσφέρει το καλύτερο conversion

Παρατημένο καλάθι 2 ωρών

Μήπως ξέχασες κάτι; 31/05/2017 10:58 σε 23151 Αποδέκτες

Επισκόπηση

Σύνδεσμοι

Εστάλει σε

Το άνοιξαν

Πάτησαν link

E-mails

Το άνοιξαν



11505 / 23151 επαφές

Πάτησαν link

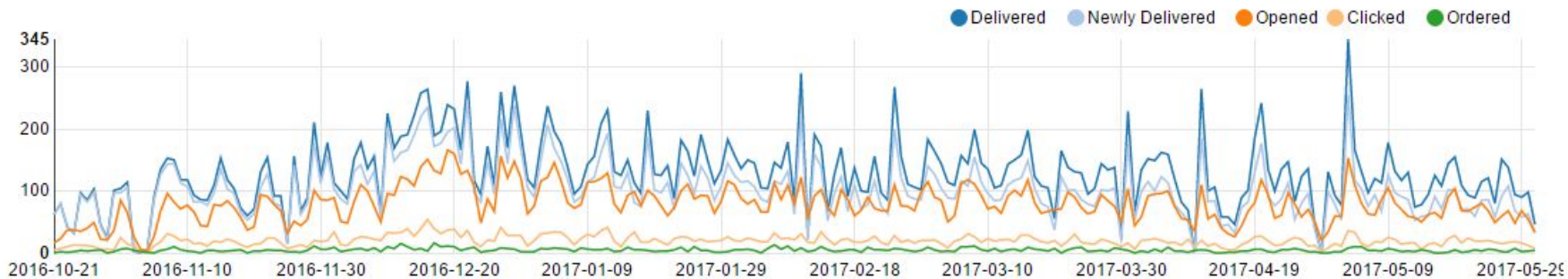
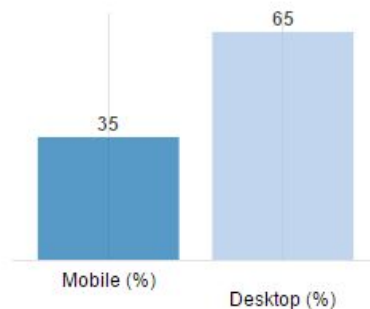


3756 / 23151 επαφές

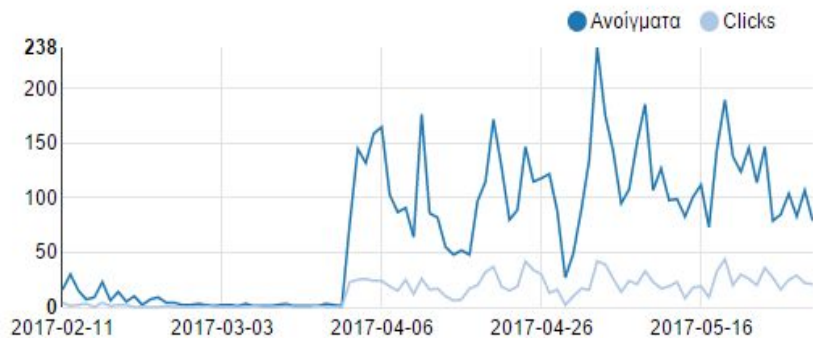
Ζήτησαν να διαγραφούν



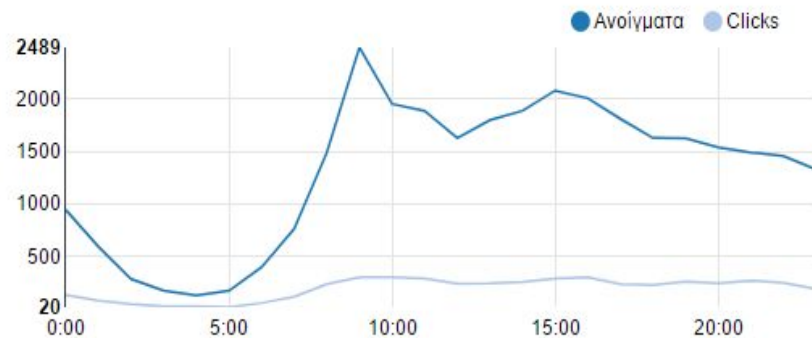
242 / 23151 επαφές



Ανοίγματα/Clicks τελευταίων ημερών



24ωρη κατανομή



★ Δημοφιλέστεροι σύνδεσμοι στο email

3593 <https://www.you.gr/Special-Pages/Shopping-Cart>

729 <http://www.you.gr/>

138 <http://www.you.gr>

★ Αποδέκτες με τη μεγαλύτερη δραστηριότητα

276 ανοίγματα και 3 clicks

95 ανοίγματα και 6 clicks

88 ανοίγματα και 3 clicks

Επισκόπηση

Δραστηριότητα ▾

Σύνδεσμοι

Γεωγραφία

Τεχνολογία

eCommerce 54707.47 (464)

Με βάση τα ανοίγματα

Με βάση τα clicks

★ Χώρα

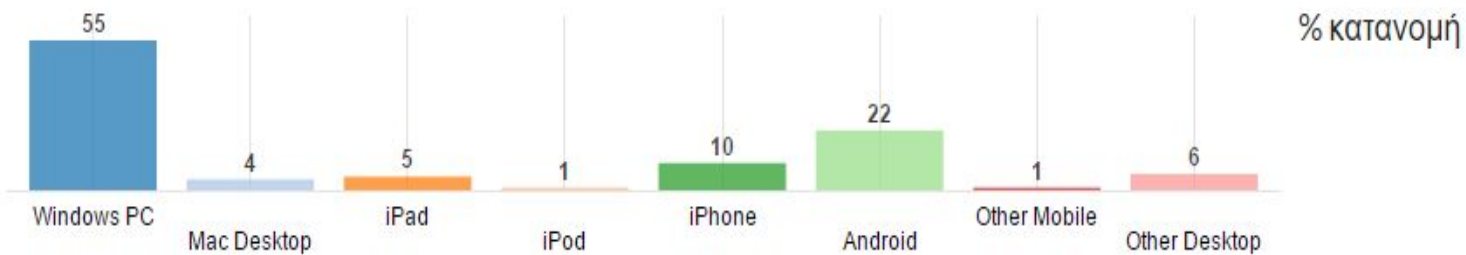
1. Greece	97.04%
2. United States	0.87%
3. Cyprus	0.61%
4. Europe	0.28%
5. Russian Federation	0.26%
6. Germany	0.14%
7. Austria	0.12%
8. France	0.10%
9. Netherlands	0.10%
10. United Kingdom	0.10%
11. Spain	0.04%

★ Περιοχές Ελλάδας

1. Attiki	67.73%
2. Thessaloniki	9.69%
3. Iraklion	1.57%
4. Akhaia	1.57%
5. Dhodhekanisos	1.40%
6. Larisa	1.06%
7. Kerkira	0.95%
8. Messinia	0.90%
9. 00	0.84%
10. Pieria	0.84%
11. Evvoia	0.78%

Επισκόπηση Δραστηριότητα Σύνδεσμοι Γεωγραφία Τεχνολογία eCommerce 54707.47 (464)

Με βάση τα ανοίγματα Με βάση τα clicks



Αυτοματοποιημένα σενάρια

✚ Μετέτρεψε τους επισκέπτες σε πελάτες με τον αυτοματισμό “Έχουν δει αλλά δεν έχουν βάλει στο καλάθι”



Ένας πελάτης βλέπει προϊόντα περιποίησης σώματος και φεύγει από το site χωρίς να αγοράσει κάτι.

Συλλογή. Κατέγραψε το ιστορικό των πελατών στο site σου, τα προϊόντα που βλέπουν και βάζουν στο καλάθι τους και άλλες δημογραφικές λεπτομέρειες και χτίσε το προφίλ τους.

Πρότεινε. Πρότεινε συναφή προϊόντα με αυτά που είδανε - πρότεινε τα best sellers σου.

Αυτόματοποιημένα σενάρια. Αν ο επισκέπτης δεν επιστρέψει μετά από 1 ώρα, αυτόματα στείλε ένα email με τα προϊόντα που είδε και άλλες εναλλακτικές προτάσεις.

70%
Δεν ολοκληρώνουν
την παραγγελία τους

Browse abandonment
Ανοίγματα : 43%
Click : 10%

Ακόμα το σκέφτεσαι;



Ενυδατική κρέμα για
ευαίσθητες επιδερμίδες

Αγόρασέ το



Κρέμα απολέπισης για
ευαίσθητο δέρμα

Αγόρασέ το



Αιφρός καθαρισμού για
λιπαρές επιδερμίδες

Αγόρασέ το

Προτάσεις αποκλειστικά για σένα



Κρέμα ενυδατική
προσώπου



Ενυδατική κρέμα σώματος
για ξηρές πειδερμίδες



Κρέμα ημέρας για ευαίσθητο
δέρμα

Αυτόματοποιημένα σενάρια

Προσωποποιημένες προτάσεις για να αυξήσεις τις πωλήσεις σου



Μία επισκέπτρια βλέπει προϊόντα για περιποίηση ευαίσθητης επιδερμίδας

Συλλογή. Συλλέξε το ιστορικό αναζητήσεων για γνωστούς και άγνωστους επισκέπτες αυτόματα ώστε να τους στοχοποιήσεις σύμφωνα με τις περιοχές ενδιαφερόντων τους - ευαίσθητη επιδερμίδα

Τμηματοποίηση. Χώρισε τους επισκέπτες σύμφωνα με τα προϊόντα που είδανε πχ μία λίστα “Ευαίσθητο δέρμα”

Συνδέσου. Καθώς ο επισκέπτης συνεχίζει να βλέπει προϊόντα, εμφάνισε ένα pop-up με συμβουλές για τη φροντίδα της επιδερμίδας για να αυξήσεις τις εγγραφές.

Αυτοματοποίηση. Όταν ο επισκέπτης εγγραφεί, στείλε ένα αυτοματοποιημένο email με χρήσιμες πληροφορίες για “ευαίσθητη επιδερμίδα” και με τα καλύτερα προϊόντα της κατηγορίας που δεν έχει δει. Εάν μία εβδομάδα αργότερα δεν έχει πραγματοποιήσει καμία αγορά, στείλε ένα email με κάποια ειδική προσφορά ή κάποιο κουπόνι για την πρώτη αγορά.

Προσωποποιημένα μηνύματα
Ανοίγματα : 44%
Clicks : 13%



Για το ευαίσθητο δέρμα

Ήξερες ότι η λεβάντα έχει την ιδιότητα να επανορθώνει το ταλαιπωρημένο δέρμα; Δώσε μας το email σου για να μάθεις περισσότερα για την περιποίηση του σώματός σου

Σημπλήρωσε το email σου

Εγγραφή

Αυτοματοποιημένα σενάρια

Χρησιμοποίησε καμπάνια επανασύνδεσης με τους πελάτες σου...



Χρησιμοποιώντας πρόγραμμα επιβράβευσης μπορείς να δημιουργήσεις μια μακροχρόνια σχέση μαζί τους.

Συλλέξτε. Δώσε πόντους επιβράβευσης σύμφωνα με την αξία της αγοράς και ενημέρωσε το υπόλοιπο μετά από κάθε αγορά.

Τμηματοποίησε. Αναγνώρισε τους πελάτες που έχουν πόντους αλλά είναι ανενεργοί τις τελευταίες 30 ημέρες.

Αυτοματοποίησε. Πυροδότησε καμπάνια για να συνδεθείς με πελάτες που έχουν συγκεκριμένο υπόλοιπο πόντων (ή πολύ κοντά να φτάσουν σε ένα υπόλοιπο) για να ξαναεπισκεφθούν το e-shop.

Πολλαπλά κανάλια. Οι καμπάνιες σου μπορούν να φύγουν μέσω email, sms, pop-up.

Beauty Store. Inc

Skincare | Cosmetics | Tools | Gifts & Special Packs |
Brand Story

Γεια σου Σοφία

Ήξερες ότι έχεις φτάσει τους 5000 πόντους στο πρόγραμμα επιβράβευσης; Μπορείς να εξαργυρώσεις τους πόντους σου αγοράζοντας κάποια από τα προϊόντα μας ή να έρθεις σε κάποιο κατάστημά μας για επιπλέον συμβουλές περιποίησης.

Ελπίζουμε να σε δούμε σύντομα

5,000 points = \$5 REWARD

Redeem for rewards on your next purchase.

\$10	\$20	\$35	\$50
10,000 pts	18,000 pts	30,000 pts	40,000 pts

[Learn more >](#)

Ακολουθήσε μας



Οι καλύτερες πρακτικές E-COMMERCE

Οι καλύτερες πρακτικές αυξάνουν τα conversion rates σε σχέση με τα γενικευμένα email.

**Προσωποποιημένες + Αυτόματες Marketing
καμπάνιες**

Στατιστικά	Standard Newsletters Κλασικό μηνιαίο newsletter ή γενικευμένη καμπάνια	Welcome Series Προσωποποιημένες προϊόντικές προτάσεις σε email καλοσωρίσματος	Παρατημένα Καλάθια Υπενθύμιση για τα προϊόντα που έχουν στο καλάθι	Προσωποποιημένα Pop-up Αυτοματοποιημένο pop up σύμφωνα με την δραστηριότητα του πελάτη.
Ανοίγματα % από τους αποδέκτες που ανοίγουν τα email	8%	38%	41%	44%
Conversion % από τους αποδέκτες που έκαναν click μετά που διάβασαν το μήνυμα	2%	11%	18%	13%

Οι καλύτερες πρακτικές E-commerce

Τα 10 καλύτερα σενάρια που αποδεικνύονται οι πιο αποτελεσματικοί τρόποι ανάπτυξης

01

Καλωσόρισε

Τα welcome email δεν πρέπει να είναι απλά ένα email επιβεβαίωσης αλλά ευκαιρία για να προκαλέσεις το ενδιαφέρον του πελάτη για αγορά.

04

Cross sell/ Up sell

Μετά την αγορά πρότεινε προϊόντα συναφή προϊόντα με αυτά που αγόρασε ή up-sell

02

Παρατημένο Καλάθι

Μια κλασική e-commerce τεχνική . Στείλε μία σειρά υπενθυμίσεων σύμφωνα με τις προτιμήσεις των πελατών

05

Χαρούμενα γενέθλια

Οι προσωποποιημένες ευχές γενεθλίων παρουσιάζουν υψηλά ποσοστά ανοιγμάτων και click

03

Έχουν δει και δεν έχουν βάλει στο καλάθι

Μία σειρά από προσωποποιημένα μηνύματα σ' αυτούς που έδειξαν ενδιαφέρον για συγκεκριμένα προϊόντα ή κατηγορίες

06

Επέτειος αγοράς

Επέτειος μπορεί να είναι μια ημερομηνία που ο πελάτης έκανε την πρώτη του αγορά ή εγγραφή. Είναι μία καλή ευκαιρία να επαναφέρεις στο site αυτούς που δεν το έχουν επισκεφθεί πρόσφατα.

Σας ευχαριστώ πολύ! Ερωτήσεις;

Τσίγκρος Κυριάκος
k.tsigkros@contactpigeon.com

www.contactpigeon.com