

Wzrost sprzedaży o 280% dzięki e-mail marketingowi

STUDIUM PRZYPADKU

Niektórzy oceniają e-mail marketing jako irytujący. Tymczasem to może być **ważny kanał komunikacji** - tak jak w przypadku naszego klienta Skladová-okna.cz.

SKLADOVÁ OKNA*

www.skladova-okna.cz

Zaczęliśmy wysyłać maile w grudniu 2019 roku i zdecydowaliśmy się skorzystać z usług Ecomail. W pierwszej połowie roku planowaliśmy wysyłać **2-3 kampanie miesięcznie do wszystkich kontaktów** w bazie danych. Celem było dowiedzieć się, jak odbiorcy reagują na nasze wiadomości i czym są zainteresowani.

Bez żadnej zaawansowanej segmentacji czy automatyzacji byliśmy w stanie w pierwszych 6 miesiącach wygenerować przychód o wartości ponad **350 000 zł**.

Aktywni odbiorcy dzięki segmentacji

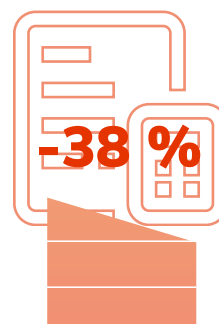
Na początku nasza baza danych zawierała **14 018 kontaktów**. Po testach, dzięki **segmentacji** zyskaliśmy grupę aktywnych odbiorców i obniżyliśmy **roczne koszty o 38%**, a **wskaźnik otwarć wzrósł średnio z 11% do 40%**.

11 %Wskaźnik
klikalności**45 %**Wskaźnik
otwarć

Wielokrotne kampanie

44 000 zł
sprzedaż**2000+**
otwartych maili

Przygotowaliśmy powtarzające się kampanie prawie o tej samej treści, lecz z innym tematem. Zmieniliśmy również dzień i godzinę wysyłki. Wysłaliśmy je do osób, które nie otworzyły wcześniejszej kampanii lub ją otworzyły, ale nie kliknęły. W ten sposób udało nam się pozyskać **dotychczasowych 2000 klientów**, którzy otworzyli maile i wydali dodatkowe **44 000 zł**.



KOSZTY



SPRZEDAŻ

WYNIKI

Dzięki Ecomail wzrosły nasze przychody z mailingu o prawie **280%** i obniżyliśmy koszty średnio o **38%**.

ponad 350 000 zł
przychodu w 6 miesięcy