

CRM PLAN

Questo è un piano settimanale mirato al miglioramento delle conversioni del negozio e al miglioramento della fidelizzazione dei clienti al brand. Il metodo di acquisizione dati è una campagna di vendita effettuata tramite FaceBook Ads.

- Per prima cosa, mandare mail a tutti coloro che sono entrati nello store ma non hanno effettuato l'acquisto, offrendo un vantaggio che dipenderà dalle precise azioni del customer. Se avrà aggiunto diversi prodotti al carrello, ad esempio, sarebbe utile proporre un 3x2, cercando di incentivare il cliente all'acquisto.

Spaziare con tutte le possibili offerte (spedizione gratuita, reso, codici sconto ecc.)

Contemporaneamente, mandare mail a tutti coloro che hanno effettuato l'acquisto, effettuando un up-sell/cross-sell o, anche qui, studiando le precise mosse del customer per proporre l'offerta migliore.

2-Tre giorni dopo, mandare un'email a chi non aveva effettuato l'acquisto e non l'ha fatto nemmeno dopo l'email, e a chi ha effettuato il secondo acquisto, mandare un messaggio (WhatsApp) con un'ulteriore offerta. Questo perchè il cliente ci conosce, ha comprato più volte da noi e lui stesso ci ha fornito il suo numero.

Ricevere un messaggio direttamente su WhatsApp, non sarà percepito come spam. Inoltre, la percentuale di visualizzazione media su WhatsApp è del 98%, quindi è una possibilità da sfruttare al massimo.

3-Quattro giorni dopo, mandare la terza email a coloro che non hanno effettuato un acquisto con la seconda mail e mandare un messaggio (WhatsApp) a chi invece ha effettuato il primo/secondo acquisto, proponendo un'ulteriore offerta.

Mentre, e a chi ha effettuato il terzo, proporre un abbonamento al brand, invitandolo ufficialmente a far parte della community e massimizzando la fidelizzazione. L'offerta dovrà essere molto vantaggiosa per il cliente, in quanto quest'ultimo comprerà da noi possibilmente per tutta la vita.

4-Da ora dividere tutto il pubblico acquisito nella settimana al pubblico già esistente, sempre a seconda del target e della posizione nel funnel, e continuare nel proporre delle offerte targettizzate.