



StockCenter logró contenido cada vez más relevante para sus usuarios.



Stock Center consiguió aumentar la cantidad de envíos con contenido personalizado y dinámico basado en los intereses de los usuarios.

StockCenter es una empresa de venta de Indumentaria y accesorios deportivos que opera en tiendas físicas y a través de su eCommerce.

La gran variedad de tipos de productos y marcas que ofrece nos puso como desafío principal conocer más a los usuarios para lograr envíos cada vez más personalizados y relevantes.

Desafíos

- Definir calendario de acciones y touch rules, mínimos y máximos. Llegar a los inactivos de alguna manera.
- Interactuar desde el principio con los usuarios.
- Recolectar emails en punto de venta y validarlos.
- Personalizar los contenidos para las principales categorías.

Solución

- Creación de Tags por género y Remarketing.
- Instalar el Welcome emails con encuesta a los usuarios.
- Disparadores de email a usuarios inactivos ("Queremos conocerte").
- Disparador con cada venta realizada.
- A/B test de Asuntos.
- Gestor de contenidos.

Resultados

- **28% de Ctor (Click to Open Rate).**
- Tags por genero para segmentar.
- **Fidelización de usuarios** más rápida.
- Envío de emails de productos con Gestor de Contenidos minimizando el tiempo de armado
- Los envíos de refuerzo a las 24hs genero un **3% más de OR.**

Priorizamos las estrategias que tenían mayor impacto según el tipo de usuario. Comenzamos ordenando los Tags y creando las reglas de webtracking para recopilar información de los usuarios activos y así realizar envíos con contenido dinámico.



A través de acciones de Remarketing por los Intereses de los últimos 3 días Stock Center triplicar el ORu y el Ctor.

