



Trocafone Brasil triplica su Open Rate a través de la hipersegmentación.

TROCAFONE™

Triplifica su Open Rate con emBlue.

El email es uno de los mayores generadores de visitas para cualquier eCommerce. Mientras las bases de contactos sigan creciendo a través de nuevos registros y la frecuencia de comunicación con estos se mantenga alta los números se mantendrán azules. Pero ¿que sucede cuando el eCommerce madura y ésta tasa de nuevos registros entra en una meseta?

Desafíos

- No “agotar” a nuestra base de usuarios.
- Evitar dañar la reputación de la marca por contactar a usuarios sin engagement.
- Identificar los KPIs correctos para corregir las estrategias.

Solución

- Instalar el Welcome emails con doble opt-in.
- Usar Sender Engagment como KPI.
- Perfiles a partir del Customer Life time value.

Resultados

- El Open rate subió **3 veces**.
- La cantidad de lecturas de los mensajes **aumento un 35%**.
- Las visitas al sitio web **crecieron un 20%**.
- **Se redujo la inversión** en un 25%.

La instalación de los Welcome emails con doble opt-in de emBlue lograron depurar en línea los nuevos usuarios evitando llenar de basura la base de datos.

El uso del score de sender engagement segmentó automáticamente la base según la fidelidad de los contactos reduciendo la cantidad de envíos y por lo tanto la inversión en aquellos contactos que tenían menos interés.

emBlue creó los Perfiles de contactos a partir del LTV lo que produjo un incremento en la cantidad de lecturas y visitas “tocando” más veces a aquellos usuarios nuevos con una actividad dentro del ciclo de vida esperado y **aumentó la tasa de conversión de usuarios perdidos a recuperados**.

emBlue subió a un nuevo nivel las expectativas de Trocafone en email marketing logrando aumentar la distancia con el resto de los canales en términos de ROI.



Trocafone Brasil consiguió un primer engagement con el usuario aprovechando “el momento” de la interacción del registro y la expectativa.

