



# Cuotas Hipersegmentadas

## Features utilizados:

- Tags
- Campos personalizados.
- Perfiles por actividad
- Grupos de sistemas
- Reporte mapa de clicks
- Gestor de contenidos

eCommerce exclusivo para usuarios de banco, buscaba fidelizar y activar nuevos clientes con el beneficio de diferir el pago en 25 cuotas sin interés, incentivando el consumo en la tienda según las preferencias de sus destinatarios.

## Desafíos

- Promocionar de forma eficiente el beneficio ofrecido.
- Generar interés sobre la campaña durante los 6 meses que estuvo activa.
- Activar usuarios que no participaban de los envíos de email marketing.

## Solución

- Análisis de composición de base y desarrollo de estrategia exclusiva por objetivo.
- Segmentación de la base para mejorar ratios de apertura y activación.
- Implementación y medición de call to action efectivos en cada envío, manejo de textos con sensación de urgencia y limitación de tiempo.
- Elaboración de piezas personalizadas que muestran el beneficio de forma clara con productos relacionados al interés del destinatario.

## Resultados

- Se logró una tasa de apertura total promedio del 20%, el mejor envío logró más del **75% de clientes que abrieron el correo** del total enviado.
- En promedio el 15% de los destinatarios abrieron al menos una vez los envíos, el mejor resultado en un envío fue de **53,35% de uOR**.
- Se obtuvo un CToR 21% con más de **700.000 clicks**.
- **Más de 3,7 millones de aperturas**.
- El 18% de los contactos que abrieron un correo lo volvieron a revisar.



**Al manejar un eje de comunicación claro y un objetivo específico en el beneficio personalizado para el cliente se pudo concretar acciones efectivas.**



Al manejar un eje de comunicación claro y un objetivo específico en el beneficio personalizado para el cliente se pudo concretar acciones efectivas.

El 62% del incremento en la tasa de apertura se explica por la mejor segmentación y reducción de número de destinatarios por envío. Se verificó que los envíos que se hicieron a un público más segmentado (inferiores a 400k envíos) han registrado las mejores aperturas (superiores al 37%).

El envío de un beneficio apreciable de forma clara por parte del destinatario influye de manera directa en la manera de recibir la comunicación.

*La empresa de este caso se reserva el derecho de su identidad.*