

#emBlueStories

Stock Center aumentó un 28% CTOR utilizando contenido personalizado.

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.

EL RETO



Definir calendario de acciones y touch rules, minimos y máximos.

Llegar a los contactos inactivos.

Recolectar emails en punto de venta y validarlos.

Personalizar los contenidos para las principales categoría.

La 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.

- Stock center obtuvo un Ctor (Click to Open Rate) del 28%.
- Segmentó utilizando Tags por genero y así, logró fidelizar.
- Optimizó los tiempos utilizando el Gestor de contenidos.
- 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.
