



the
DoubleF
SaleCycle

La campagna di remarketing sviluppata per TheDoubleF ha contribuito ad ampliare il bacino di utenza del brand e recuperare i carrelli abbandonati, andando ad aumentare il volume di vendite online.

FLAG Contesto

TheDoubleF è un luxury e-shop nato nel 2016 con base operativa a Milano, nonché evoluzione naturale della storia retail di **Folli Follie**. Con **più di 180 brand** e una piattaforma competitiva, oggi l'e-commerce è **un ecosistema globale e multicanale** che punta a offrire un'esperienza di shopping unica. Al fine di ottimizzare il percorso di acquisto online, alcuni tra i principali obiettivi di TheDoubleF si identificavano con **il recupero dei carrelli abbandonati e l'acquisizione di nuovi lead** per ampliare costantemente il proprio database. Il brand ambiva quindi a riaprire un dialogo **sia con gli utenti già presenti nel proprio CRM sia con i visitatori nuovi**, incentivandoli a finalizzare gli acquisti lasciati in sospeso.

Campagna

TheDoubleF ha così avviato la collaborazione con SaleCycle nel 2018 per far fronte a tutte le sfide sopramenzionate, implementando da una parte **campagne di e-mail remarketing** e, dall'altra, **soluzioni di on-site remarketing per raccogliere lead in conformità con l'RGPD** grazie al **Marketing Permission Service (MPS)** di SaleCycle. Nello specifico, inizialmente è stata lanciata una campagna di remarketing caratterizzata da **2 cicli di e-mail per il recupero dei carrelli abbandonati**. La campagna è stata poi arricchita implementando due soluzioni di on-site remarketing sotto forma di pop-in: **acquisizione di indirizzi e-mail e live trend di prodotto**. Nel 2021 è stata integrata un'ulteriore soluzione di **on-site ed e-mail remarketing di promemoria del carrello** a completamento dei live trend di prodotto.

“

the
DoubleF

Le soluzioni di Salecycle ci hanno assolutamente aiutato ad allargare il nostro bacino di clienti e, di conseguenza, ad aumentare i tassi di conversione che abbiamo visto crescere progressivamente di anno in anno. I processi di implementazione sono sempre stati facili e fluidi e abbiamo notato una buona reattività da parte dell'account nei nostri confronti.

Sara Di Serafino, Digital Marketing Coordinator presso TheDoubleF

ROCKET Risultati

E-mail remarketing

46,82%

TASSO DI APERTURA

13,26%

TASSO DI CLICK SU INVIO

11%

UPLIFT DELLE VENDITE ONLINE

5,62%

TASSO DI CONVERSIONE SU APERTURA

On-site remarketing

5,90%

CAPTURE RATE
Da Gennaio 2020 ad oggi

3,92%

CLICK SU DISPLAY

23,28%

DISPLAY RATE

9%

UPLIFT DELLE VENDITE ONLINE

”

E-mail remarketing

Come funziona

L'e-mail remarketing è l'atto di riconnettersi tramite e-mail con gli utenti che hanno abbandonato il tuo sito. A tal proposito, una delle tipologie di e-mail più comuni si identifica con **le e-mail per il recupero dei carrelli abbandonati** - come quelle implementate per **TheDoubleF** - le quali permettono ai consumatori che avevano aggiunto prodotti al proprio carrello senza completare l'ordine di **riprendere con facilità** il percorso di navigazione e acquisto da dove era stato interrotto. È inoltre possibile integrare questa tipologia di e-mail con ulteriori tecniche funzionali a incrementare le conversioni, come **i suggerimenti personalizzati di cross-selling e l'upselling**.

