

La campagna di remarketing di Stella McCartney ha ridotto il tasso di carrelli abbandonati e aumentato il valore medio degli ordini.

Contesto

La gamma di prodotti di **Stella McCartney** include il prêt-à-porter da donna, abbigliamento da uomo e bambino/a, accessori, costumi da bagno e lingerie, oltre alle cosiddette collaborazioni "athleisure" con Adidas, fragranze e altro ancora. Stella McCartney ha 55 boutique monomarca a New York, Londra, Los Angeles, Parigi, Milano, Tokyo, Shanghai e Pechino. Le collezioni del brand sono attualmente vendute in 77 nazioni e spedite in 100 paesi tramite il canale e-commerce.

Stella McCartney collabora con SaleCycle dal 2014. Insieme hanno implementato una strategia globale utilizzando le soluzioni di SaleCycle: una campagna di remarketing caratterizzata da 2 cicli di e-mail per il recupero dei carrelli abbandonati e da e-mail di promemoria degli articoli visualizzati sul sito. La campagna prevedeva anche suggerimenti personalizzati e collegamenti a pagine chiave del sito.

Campagna

Tutti i template e i layout delle e-mail sono stati allineati con il **look&feel di brand**, così come con le immagini della stagione corrente e con CTA per visualizzare le collezioni chiave, così da arricchire il percorso di navigazione degli utenti e aumentarne il coinvolgimento.

Il **Marketing Permission Service (MPS)** di SaleCycle, nonché la soluzione per la gestione del consenso al trattamento dei dati personali per fini promozionali, ha permesso a Stella McCartney di **geolocalizzare i clienti** e quindi attivare le e-mail per il recupero dei carrelli abbandonati solo una volta che fossero stati soddisfatti i requisiti di consenso conformi alle norme del paese di provenienza dell'utente.

Inoltre, le e-mail di promemoria degli articoli visualizzati hanno permesso di **ritargetizzare** quegli utenti che avevano abbandonato la sessione di navigazione, aiutando il brand ad allargare il proprio bacino d'utenza.

Risultati

E-mail per il recupero dei carrelli abbandonati

45%

TASSO DI APERTURA

14%

TASSO DI CLIC (CTR)

+10%

VALORE MEDIO DELL'ORDINE

Rispetto alle vendite dirette.

E-mail di promemoria degli articoli visualizzati

35%

TASSO DI APERTURA

7,5%

TASSO DI CLIC (CTR)

+40%

VALORE MEDIO DELL'ORDINE

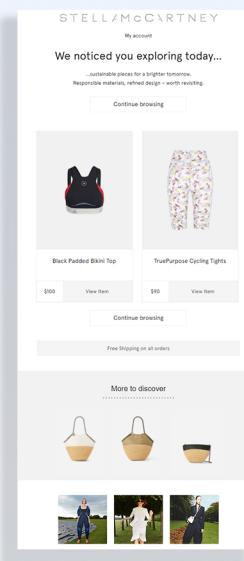
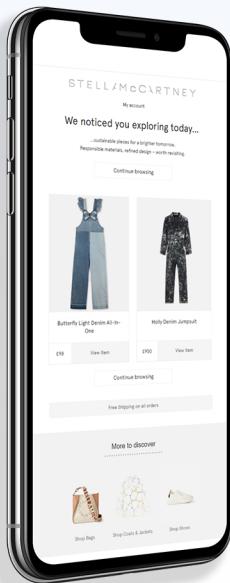
Rispetto alle vendite dirette.

E-mail di riepilogo degli articoli visualizzati

Come funzionano

Circa il 48% dei visitatori di un sito si soffermerà sulle pagine prodotto, ma solo il 3% aggiungerà articoli al proprio carrello. Un riepilogo dei prodotti visualizzati inviato al momento giusto, può agire come un promemoria e ricordar loro il motivo per cui avevano effettuato la ricerca e visualizzato quei determinati prodotti, persuadendoli a finalizzare l'acquisto.

Una volta che un utente abbandona il tuo sito dopo aver visualizzato una serie di articoli, gli inviamo un riepilogo dei prodotti visualizzati integrato con suggerimenti di prodotti correlati.



E-mail per il recupero dei carrelli abbandonati

Come funzionano

Le e-mail di remarketing di SaleCycle fungono da **promemoria** dell'ordine lasciato in sospeso. Quando un utente abbandona il proprio carrello, inviamo un'e-mail personalizzata con tutti i dettagli dell'acquisto non finalizzato.

Marketing Permission Service (MPS)

Il nostro servizio per la gestione del consenso al trattamento dei dati personali per fini promozionali contribuisce a potenziare le campagne di remarketing realizzate con il supporto delle nostre soluzioni, così come a monitorare la **conformità** delle tue comunicazioni di marketing con l'**RGPD** e normative simili.