



La campagna di remarketing di Mondadori Store per il recupero dei carrelli abbandonati ha aumentato il valore medio degli ordini del 10,4%.

🚩 Contesto

Mondadori Store è il sito e-commerce del **Gruppo Mondadori**, il maggiore polo editoriale italiano. La collaborazione con SaleCycle è iniziata nel luglio 2018 con l'obiettivo di rispondere alla **problematica del carrello abbandonato**, restando al tempo stesso conformi al **regolamento generale sulla protezione dei dati**.



Campagna

La soluzione adottata è stata la creazione di una **campagna di remarketing via e-mail tradizionale**, con template dal layout dinamico per adattarsi al contenuto del carrello e migliorare la UX.

A questa prima attività è stato associato un **dispositivo MPS (Marketing Permission Service)** di richiesta e gestione del consenso alla raccolta dei dati utente. Si tratta di un sistema ad hoc che ha permesso all'azienda di raccogliere dati personali nel rispetto di tutte le normative vigenti.



Risultati

+10,4%

VALORE MEDIO DELL'ORDINE

43%

TASSO DI APERTURA

10%

TASSO DI CLIC
(E-mail inviate)

24%

TASSO DI CLIC
(E-mail aperte)

“



Il vero merito di SaleCycle è stato quello di essere riusciti ad adeguarsi rapidamente all'RGPD che, altrimenti, avrebbe rallentato il lancio della campagna per il recupero del carrello abbandonato. In questo modo, siamo stati in grado di garantire una campagna conforme alle normative per il recupero del consenso e la trasparenza del servizio, e ci siamo potuti concentrare serenamente sulle performance e le ottimizzazioni.

Mondadori Store

”

E-mail per il recupero dei carrelli abbandonati

Risultati degli A/B test

L'accompagnamento di SaleCycle passa anche da **suggerimenti sulle ottimizzazioni**. Uno degli strumenti usati per migliorare le performance della campagna è stato il lancio di un **A/B test sul tempo d'invio** delle e-mail.

Riducendo il tempo di invio del secondo ciclo di e-mail a 22 ore invece delle iniziali 24 ore, la campagna ha registrato un aumento dei principali KPI, ottenendo in particolare un **+4% di tasso di apertura e un aumento del 6,4% sull'AOV**.

Risultati dell'utilizzo dell'MPS

Con il dispositivo sviluppato da SaleCycle, Mondadori è riuscita a consolidare rapidamente **la base di utenti opt-in** (che hanno dato il loro consenso a ricevere comunicazioni commerciali SaleCycle). I risultati sono stati visibili in particolare sul lungo termine: **in 14 settimane il tasso di reach è aumentato del 94%**.

