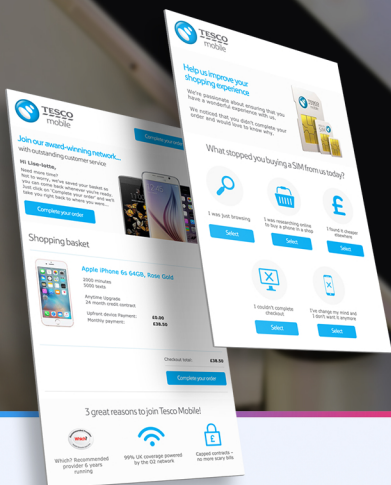




TESCO
mobile



La campagna di e-mail remarketing di Tesco Mobile ha contribuito alla raccolta di insight preziosi grazie all'integrazione di questionari personalizzati.



Contesto

L'abbandono dei carrelli è una delle principali problematiche nel settore del retail online. Secondo i dati raccolti dal team di ricerca di SaleCycle, **il 74% degli utenti** è solito ad abbandonare un sito senza aver completato il processo di acquisto.

Tesco Mobile, uno dei principali brand di telecomunicazione nel Regno Unito, non fa eccezione. L'azienda, infatti, aveva identificato questa sfida e per questo ha deciso di collaborare con SaleCycle per **ridurre il tasso di carrelli abbandonati**, implementando una **campagna di e-mail remarketing** per il recupero dei carrelli abbandonati integrata con **questionari personalizzati**, funzionali a comprendere in modo approfondito le ragioni che hanno spinto i clienti a non finalizzare gli acquisti, migliorando il percorso di navigazione così come il servizio online.

Campagna

Grazie ai dati raccolti sul comportamento di navigazione degli utenti, le e-mail di remarketing contenenti i questionari sono state **segmentate e personalizzate** sulla base degli articoli inseriti nel carrello, per poi essere inviate sette giorni dopo che il cliente aveva abbandonato il sito, qualora non fosse ancora tornato a finalizzare l'acquisto.

Dopo aver ricevuto l'e-mail, gli utenti sono stati invitati a **dare il proprio feedback con un solo clic**. Successivamente, sono stati indirizzati sul sito del brand dove, tramite una **notifica dinamica e customizzata**, hanno avuto la possibilità di espandere le proprie risposte se ritenuto necessario.



Risultati

Le e-mail di remarketing per il recupero dei carrelli abbandonati con i relativi questionari hanno ottenuto risultati ottimali grazie alla **velocità di compilazione** di questi ultimi: con un solo clic i clienti avevano già dato il proprio feedback.

20%

TASSO DI APERTURA E CTR

+5%

AUMENTO DELLE VENDITE

“



SaleCycle ci ha aiutato nell'importante sfida di rientrare in contatto e recuperare tutti quegli utenti che in precedenza avremmo perso. Le soluzioni di SaleCycle sono state efficaci e veloci da implementare, generando un significativo valore aggiunto per il nostro business.

Simon Lancaster, Optimisation & Analytics Manager presso Tesco Mobile

”

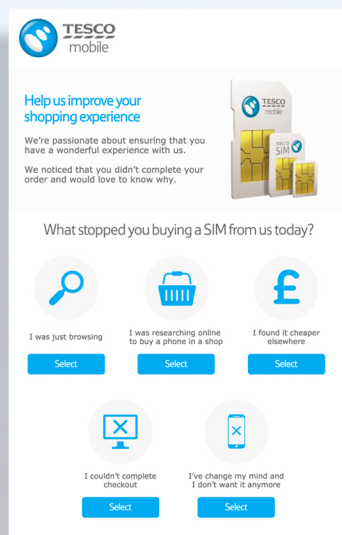
Questionari e moduli per la raccolta di feedback

Come funzionano

L'84% degli utenti abbandona un sito pur avendo aggiunto articoli al proprio carrello. I questionari ti aiutano a capire il perché. Inoltre, ti permettono di chiedere ai clienti di darti un riscontro sui tuoi prodotti e servizi.

Modalità di utilizzo

I questionari per la raccolta di feedback possono essere utilizzati **direttamente sul sito** nel momento in cui un utente manifesta l'intenzione di abbandonare il processo di acquisto. Possono però anche essere inviati **via e-mail**. Questo strumento, infatti, viene spesso integrato nelle **e-mail di remarketing per il recupero dei carrelli abbandonati**, cercando così di incoraggiare gli utenti a ritornare sul sito e finalizzare l'acquisto. Se i clienti non rispondono a queste e-mail, è possibile inviare un'e-mail di follow-up.

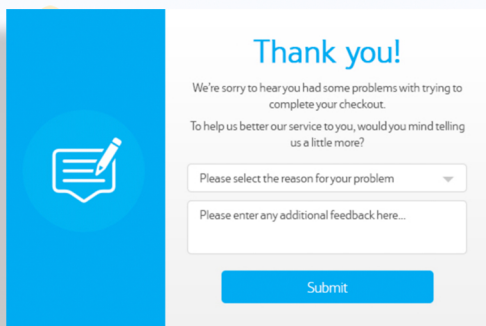


Tempistiche di invio

Il **tempismo** nell'invio delle e-mail di follow-up con il questionario è un **aspetto essenziale** ed è correlato al tipo di prodotto coinvolto. I clienti devono avere il tempo necessario per utilizzare e conoscere l'articolo acquistato. Tuttavia, è anche importante non far passare troppo tempo così che i clienti non si dimentichino del prodotto acquistato.

Le creatività

- Tono di voce legato alla sfera del servizio clienti
- Immagine di intestazione dinamica
- Risposta con un solo clic
- Domande a risposta multipla
- Campo apposito per ulteriori feedback



SaleCycle

www.salecycle.com/it

