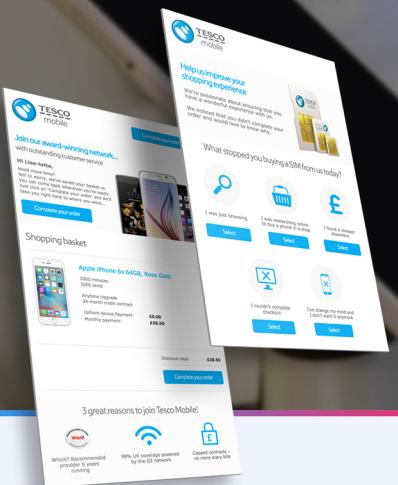


La campagna di e-mail remarketing di Tesco Mobile ha contribuito alla raccolta di insight preziosi grazie all'integrazione di questionari personalizzati.



## Contesto

L'abbondono 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.



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

## 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

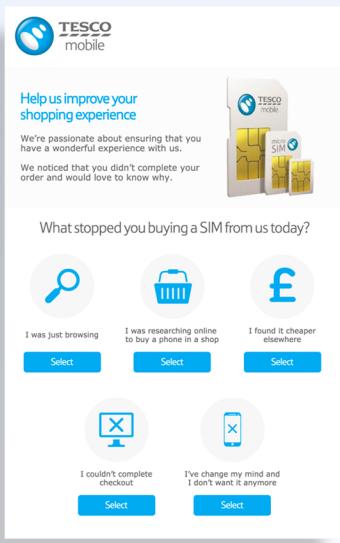
# Questionari e moduli per la raccolta di feedback

## 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