

estudo de caso

MUD PIE

cliente varejista alcança taxa de conversão de 5% em campanha de "ocasião importante" usando programas silverpop

A EMPRESA

Desde 1988, a Mud Pie cria presentes e os vende através de lojas de departamento independentes e especiais. Em 2010, a Mud Pie expandiu seu modelo de negócios para começar a vender direto aos consumidores. A empresa, com sede em Stone Mountain, Georgia, EUA, continua sendo um dos líderes nos setores de presentes e acessórios infantis e femininos no mercado de presentes e decoração. A Mud Pie chegou como cliente da Whereoware e começou a usar a plataforma Silverpop Engage no começo de 2010.

Whereoware é uma empresa de estratégia, design, desenvolvimento e marketing online. Com 15 especialistas em estratégia e a implantação do Silverpop e Salesforce, seu foco é o uso de design de email, integração de dados e realização de programas para obter o máximo do Silverpop Engage.

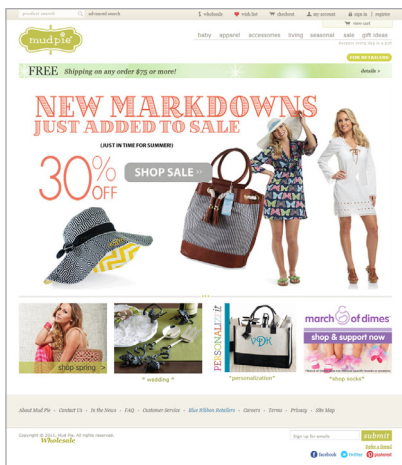
O DESAFIO

Como a Mud Pie começou a vender direto aos consumidores no final de 2010, a empresa estava essencialmente começando do zero no negócio B2C. A empresa enfrentava o desafio de descobrir maneiras para que os clientes comprassem diretamente. Sabendo das infinitas oportunidades disponíveis com a automação de marketing, a Mud Pie não perdeu tempo em trabalhar com a Whereoware para implantar programas para iniciar o novo lado de vendas diretas de seus negócios.

A SOLUÇÃO

A Mud Pie implantou algumas iniciativas para o público de B2C, incluindo uma campanha de carrinho abandonado e programa de fidelidade. Sua campanha de maior sucesso é um programa de "ocasiões importantes", que usa funcionalidade de Programas Silverpop. Como as pessoas frequentemente esquecem aniversários e outras datas importantes, a Mud Pie viu uma oportunidade de capitalizar com essa tendência, com um programa que associa lembretes de datas a incentivos para compra.

Quatro dias após os clientes se cadastrarem no programa de email da Mud Pie, eles recebem um convite para informar as datas de três "ocasiões especiais", como aniversários de casamento ou o aniversário de amigos ou parentes. O cliente também pode responder a um chamado da ação para entrar diretamente no programa de "ocasiões importantes" no site da Mud Pie.



OS DESAFIOS

- Começando do zero em negócios B2C
- Procurando maneiras de incentivar os clientes a comprar diretamente com a empresa
- Procurando aproveitar as oportunidades disponíveis por meio de automação de marketing

OS RESULTADOS

- Implementou campanha de abandono de carrinho e programa de fidelidade
- Iniciou campanha de "ocasiões importantes", que combina lembretes de datas com incentivos para compra
- Alcançou taxa de cliques de 31% e taxa de conversão de 5%

Os clientes inserem os dados das ocasiões importantes em um formulário da web, no qual precisam informar nome completo, endereço de email, datas importantes e o nome de cada data, como "aniversário da mamãe".

Após se cadastrar no programa, os clientes recebem um lembrete personalizado via email, 21 dias antes de cada ocasião importante, acompanhado de um cupom de 10% de desconto. Esse email acionado é baseado em um campo de data no Engage e é acionado com Programas Engage. Como se trata de parte de um Programa Engage, toda a comunicação é automatizada.

OS RESULTADOS

A Mud Pie conseguiu implantar a campanha de "ocasiões importantes" através do conhecimento da Whereoware e do uso da funcionalidade Programas Silverpop. A campanha está atingindo métricas impressionantes, com taxa de abertura de 39% e taxa de cliques de 31%. Também é a campanha da Mud Pie com maior geração de renda até hoje, com uma taxa de conversão de 5%. Atualmente, 8,5% do banco de dados da empresa entrou no programa. A Mud Pie está procurando implantar mais programas automatizados no futuro para fortalecer seu negócio de B2C.

Para saber mais sobre a solução Silverpop Engage e os benefícios para sua empresa, entre em contato pelo 1-866-745-8767 ou +44 20 7288 6343.

Visite www.silverpop.com