

PAPER STYLE

Loja online implanta campanha de casamento que gera aumento de 330% na receita por email

A EMPRESA

Fundada em 1999, a Paper Style vende convites e itens de papeleria online, para atingir pessoas em todo o país. Com extensa experiência em varejo e impressão, a Paper Style se tornou uma das melhores no setor, fornecendo convites de alta qualidade e itens de papeleria entregues rapidamente e a um preço acessível.

O DESAFIO

A PaperStyle.com vende convites personalizados online. Como muitas empresas, ela estava acostumada a enviar a mesma mensagem ao mesmo tempo para todo o banco de dados, independente de demografia ou interesse. Por fim, as taxas de abertura e de clique começaram a sofrer os impactos.

A SOLUÇÃO

Para aumentar a eficácia, a Paper Style trabalhou com sua agência, a Whereoware, para examinar históricos de compras e dados do Google Analytics para identificar comportamentos de clientes que levassem a ações. Usando essas informações, eles conseguiram determinar um segmento principal para acompanhamento: noivas e/ou amigas de noivas.

A Whereoware desenvolveu então uma campanha inovadora, destinada a promover as ofertas de casamento da Paper Style. A campanha era formada por uma série de emails, usando recursos de Programas Silverpop, que acompanham uma noiva e/ou suas amigas pelos eventos de casamento, oferecendo produtos Paper Style de acordo com suas necessidades.

A Whereoware analisou vários recursos de ajuda de casamento e combinou essa pesquisa com o conhecimento da Paper Style em primeira mão sobre comportamento de compra em casamento, para criar uma "linha do tempo" para as compradoras seguirem. Por exemplo, a linha do tempo supõe que uma noiva possa comprar Favores de Casamento (dados no casamento) antes de Cartões de Agradecimento (geralmente enviados após o casamento). A campanha foi estabelecida seguindo essa lógica.

Quando a cliente realiza uma das ações abaixo, uma série de emails é acionada, orientando-a através da linha do tempo de casamento. Cada email oferece sugestões de produtos de acordo com o estágio atual do planejamento do casamento. Os clientes são inseridos na campanha ao fazerem uma destas ações:

- clicar em um link sobre casamento em qualquer email da Paper Style
- comprar produtos para casamento ou chá de cozinha
- visitar uma página relacionada a casamentos no site PaperStyle.com

Depois de a cliente entrar no Programa Silverpop, o primeiro email enviado pergunta se estão fazendo compras para si mesmas ou para uma amiga. Dependendo da opção selecionada, elas são atribuídas a uma das duas trilhas diferentes: "Seu Casamento" ou "O Casamento da Sua Amiga". As duas trilhas enviam cinco emails cada, detalhados abaixo.

- **Trilha de acompanhamento: Seu Casamento:** As clientes são encaminhadas para a trilha "Seu Casamento" ao comprar um produto de casamento ou ao clicar no link "Seu Casamento" no email original "Para quem você está planejando?". Clientes na trilha de acompanhamento de Casamento recebem uma série de emails que recomendam produtos relacionados a noivas,



OS DESAFIOS

- Falta de segmentação
- Incapacidade de fornecer produtos relevantes aos clientes com base no estágio do ciclo de vida de compra

OS BENEFÍCIOS

- Criou dois programas de acompanhamento com base no histórico de compras para noivas e damas de honra
- O programa de casamento resultou em:
 - Aumento de 24,4% na taxa de abertura
 - Aumento de 161% na taxa de cliques
 - Aumento de 330% na receita por email

como favores, presentes para chás de cozinha e cartões de agradecimento. O intervalo de tempo entre cada envio, de sete dias a seis semanas (dependendo do email), garante que os emails sejam enviados não apenas a tempo, mas também no momento em que há maior chance de a noiva estar procurando pelos produtos em questão. Essa linha do tempo foi criada com base em pesquisas sobre casamento e dados analíticos.

- **Trilha de acompanhamento: Casamento de Amiga:** As clientes são encaminhadas para a trilha "Casamento de Amiga" de uma destas duas maneiras: ao comprar produtos para chás de cozinha ou ao clicar no link "Casamento de Amiga ou Parente" no email original "Para quem você está planejando?". A suposição é que clientes na trilha de acompanhamento Casamento de Amiga estão ajudando a planejar o casamento. Por isso, os emails direcionados nessa trilha oferecem sugestões de produtos para chás de cozinha, despedidas de solteira e mais, em vez de coisas como notas de agradecimento, que são geralmente de responsabilidade da própria noiva.

O uso do Silverpop Engage permitiu que a Whereoware criasse proteções para que não fossem exibidos às clientes itens que elas já compraram. Por exemplo, se uma visitante comprou convites para despedida de solteira, ela não receberá informações sobre chá de cozinha, pois esse evento provavelmente já passou. O email de convites para despedida de solteira será ignorado, e a primeira comunicação que elas receberão será a de itens para despedidas de solteira, o próximo email na trilha de Casamento de Amiga. Dessa maneira, as visitantes veem produtos direcionados a seus interesses atuais e não a datas ou eventos que podem já ter passado.

OS BENEFÍCIOS

O programa de casamento está funcionando apenas desde setembro de 2012, e a trilha Chá de Cozinha está ativa apenas desde outubro de 2012. Nesse curto período, a Paper Style já teve melhorias. Combinados, esses emails direcionados tiveram estes resultados:

- **Taxa de abertura:** aumento de 244% com relação à média de emails enviados em 2012
- **Taxa de cliques:** aumento de 161%
- **Receita por email:** aumento de 330%

Esses números destacam a relevância da campanha de casamento da Paper Style. Ao dividir um segmento de sua base de clientes e mostrar a eles produtos relevantes, a Paper Style conseguiu aumentar exponencialmente as estatísticas de conversão e interação. O fato de que esse segmento (clientes interessadas em produtos de casamento) foi dividido posteriormente em duas trilhas/demografias diferentes (noivas/amigas da noiva) apenas serviu para aumentar esses números.

O sucesso da campanha de casamento da Paper Style torna uma coisa clara: independentemente do produto ou setor em questão, o direcionamento de público + campanhas de email acionado são o jeito certo de fazer.

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