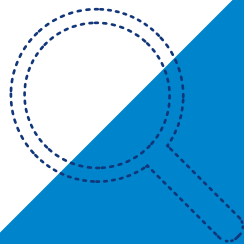


Zwiększanie sprzedaży w sklepach marki **home&you**



Zobacz,
co udało nam się
osiągnąć i wykorzystaj
nasze doświadczenie
w swoim e-biznesie.

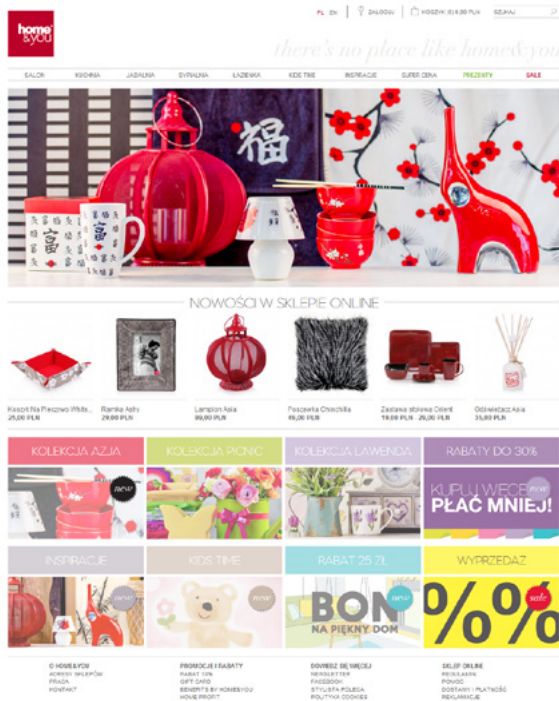


Zwiększanie sprzedaży w sklepach marki home&you

O home&you

Home&you to marka dla każdego kto chce w piękny i modny sposób zadbać o wnętrze swojego domu. W ofercie firmy znajduje się szeroki wybór tekstyliów domowych oraz elementów dekoracji wnętrza. Marka wyróżnia się na rynku wysoką jakością oraz starannie dopracowanym projektem każdego produktu.

Marka home&you jest własnością firmy LPP TEX S.A. – wiodącego w Polsce importera i dystrybutora artykułów wyposażenia wnętrz z ponad 14-letnim doświadczeniem. Marka posiada ponad 90 salonów rozlokowanych w 51 miastach w całej Polsce.



Sklep internetowy marki home&you, www.home-you.com

Rozpoczęcie współpracy

Firma Divante oraz home&you zdecydowały się na rozpoczęcie partnerskiej **współpracy w modelu success fee** (rozliczenie za efekty) w obszarze szeroko pojętych działań e-marketingowych. Oficjalny sklep internetowy marki home&you – www.home-you.com, powstał w listopadzie 2012 roku. Otworzenie sprzedaży on-line dało dotychczasowym klientom łatwy i szybki dostęp do oferty sklepu bez wychodzenia z domu. Firma Divante wsparła promocję sprzedaży asortymentu dostępnego w ramach oficjalnego sklepu internetowego. Do kluczowych obszarów współpracy należały:

- Obsługa kanałów marketingowych nastawionych na sprzedaż;
- Inicjowanie oraz planowanie dodatkowych działań promocyjnych w sieci;
- Bieżące rekomendowanie usprawnień sklepu internetowego;
- Wsparcie na poziomie analityki internetowej.

Podjęcie

Prace nad zwiększaniem sprzedaży realizowane były stopniowo przy bliskiej współpracy Działu Efektywności E-commerce Divante oraz Działu E-commerce home&you.

Jedną z pierwszych zrealizowanych rzeczy było zoptymalizowanie analityki Google Analytics, co umożliwiło pomiar konwersji oraz mikrokonwersji występujących na stronie sklepu. Równolegle przeanalizowano trendy, sezonowość oraz motywy przybliżające klientów do realizacji zakupu. Zebrane wnioski wykorzystano w doborze narzędzi i metod e-marketingowych. Działania e-marketingowe skoordynowano z całorocznym planem promocji sieci home&you.

Przyjęta strategia zakładała podejście dwutorowe. Z jednej strony **zaplanowano i zrealizowano szereg testów narzędzi marketingowych**, które znajdowały się blisko potrzeb klientów (klienci aktywnie poszukujący danego produktu). Testy miały na celu wykrycie najbardziej rentownych działań marketingowych, których funkcjonowanie może stale wspierać generowanie sprzedaży oraz pozyskiwanie nowych klientów.

Przetestowano między innymi takie media jak portale oraz sieci afiliacyjne, porównywarki cenowe, narzędzie Google AdWords (linki sponsorowane oraz reklama graficzna, w tym remarketing w różnych motywach oraz kombinacjach czasowych), reklamy w sieciach RTB, e-mail marketing do baz zewnętrznych, serwisy rabatowe, czy zakupy grupowe. W akcje sprzedażowe wkomponowano również takie elementy jak konkursy prowadzone przez sieć home&you, czy reklamę w czasopiśmie drukowanym.



Przykłady kreacji wykorzystanych w działaniach marketingowych

Z drugiej strony zaimplementowano kilkanaście kluczowych akcji e-marketingowych zaplanowanych i przygotowanych przez specjalistów marketingu home&you, które przyjęły funkcję motorów napędzające sprzedaż w całości sklepów home&you. Kluczem do sukcesu były dopracowane scenariusze każdej z akcji specjalnej oraz dobre skoordynowanie funkcjonowania każdego elementu marketingu online oraz offline.



Przykład komunikacji wykorzystanej na rzecz akcji specjalnych „Kupujesz - Zyskujesz”

Jednym z ciekawych przykładów takich działań była akcja specjalna „Kupujesz – Zyskujesz” zrealizowana na przełomie sierpnia i września 2013 roku. Koncepcja działań zakładała dołączanie do zakupów klientów kuponów kwotowych do zrealizowania przy kolejnych zakupach. Akcja funkcjonowała zarówno w sieci online jak i w salonach stacjonarnych.

W trakcie trwania akcji wykorzystano mechanizm budowy napięcia w komunikatach reklamowych – stopniowo wraz ze zbliżaniem się finału akcji podkreślano upływ czasu. Akcja cieszyła się ogromnym zainteresowaniem, kulminacja efektów sprzedaży była wyraźnie odczuwalna w trzech ostatnich tygodniach jej trwania.



Piki sprzedaży spowodowane kulminacją akcji specjalnej „Kupujesz – Zyskujesz” (całościowy przychód brutto w sklepie internetowym, sierpień – wrzesień 2013).

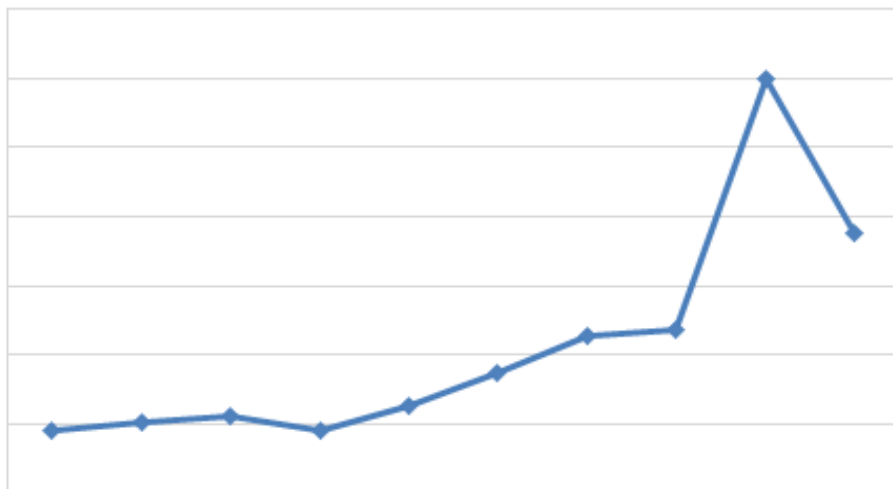
W czasie sześciu miesięcy współpracy przeprowadzono również akcje e-marketingowe takie jak: „Weekend Dobrej Wiadomości”, „Nocne Łowy”, „Im szybciej tym taniej”, „Drugi produkt 50% taniej”, „Mid Season Sale”, „10 zł na drugi produkt”, „Pewna paczka dla zamówień przed 15 grudnia”, „Dzień Darmowej Dostawy”, „Promocja przedświąteczna”, czy „Wyprzedaż zimowa”.

Jednym z pozytywnych rezultatów dobrego i dokładnego planowania akcji była promocja świąteczna realizowana w listopadzie oraz grudniu 2013. **Poza genero-**

waniem sprzedaży celem akcji było przesunięcie sprzedaży z grudnia na listopad, co pozwoliło sprawniej i z wyprzedzeniem realizować sprzedaż asortymentu. Akcje odciążały logistykę zamówień standardowo realizowanych przez klientów w czasie grudniowej gorączki zakupowej.

Efekty współpracy

Działania marketingowe oraz ścisła współpraca zespołów Divante oraz home&you doprowadziły do wyraźnego wzrostu sprzedaży w sklepie internetowym home&you. Intensywne testy przeprowadzone w trzecim kwartale 2013 roku umożliwiły wykrycie najbardziej efektywnych działań e-marketingowych. Zdobyta wiedza została z sukcesem wykorzystana w kluczowym dla branży home&garden okresie świątecznym.



Całościowy poziom przychodu brutto w sklepie internetowym home&you wygenerowany w trakcie trwania pierwszego półrocza współpracy (marzec - grudzień 2013).

W ciągu pierwszych miesięcy przychód generowany w sklepie internetowym rósł średnio o 36% (miesiąc do miesiąca).

Akcje specjalne były realizowane w sposób płynny z zachowaniem odpowiedniej ciągłości. **Najlepsze akcje specjalne** zrealizowane w ramach współpracy dopro-

wadziły m.in do **wzrostu współczynnika konwersji o 368%** w stosunku do średniej w danym okresie. **Najsukuteczniejsze akcje o charakterze cross selling'owym spowodowały wzrost średniej wartości koszyka o 111%** w stosunku do średniej z danego okresu.

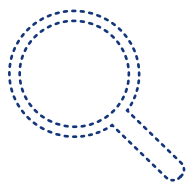
*Już po 1,5 roku działalności sklepu online home&you możemy przyznać, że decyzja o jego uruchomieniu była jak najbardziej słuszna. Wszelkie wskaźniki sprzedaży wskazują duży potencjał tego kanału i co niezwykle istotne, bez szkody dla salo-
nów stacjonarnych.*

*Powodzenie całego projektu jest również wynikiem naszej współpracy z Divante. Stworzyliśmy skuteczną koncepcję działań, a proponowane przez firmę różnorod-
ne i niestandardowe rozwiązania sprawdziły się w praktyce. Dzięki synergii odpo-
wiednio dopasowanych narzędzi osiągnęliśmy sukces.*

Jarosław Ruciński, Kierownik sklepu internetowego home&you

Współpraca w modelu rozliczanym wyłącznie za efekt umożliwiła swobodne pro-
wadzenie testów marketingowych po stronie Divante oraz zminimalizowało ryzyko
inwestycji po stronie home&you.

Obecnie firmy w dalszym ciągu sukcesywnie rozwijają współpracę przy zwiększaniu
sprzedaży marki home&you.



Szukasz najlepszych praktyk i rozwiązań
eCommerce?



kompleksowa realizacja
e-commerce



agencja interaktywna



e-mail marketing

Divante Sp. z o.o.
ul. Kościuszki 14, 50-038 Wrocław
tel. +48 71 342 2406
info@divante.pl
www.divante.pl

Divante Sp. z o.o., ul. Kościuszki 14, 50-038 Wrocław, NIP 8951930748, wpisana do KRS pod numerem 0000313348, KRS wydany przez Sąd Rejonowy dla Wrocławia-Fabrycznej we Wrocławiu, VI Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego, Kapitał zakładowy 58 000 zł, opłacony w całości.

