

EMAIL MARKETING & EMAIL AUTOMATION PARA ECOMMERCE

GARBARINO



INTRODUCCIÓN

Existen innumerables casos que dan cuenta del poder que posee el Email Marketing al momento de potenciar los resultados de los eCommerce. Uno de ellos es el de **Garbarino**, una reconocida compañía Argentina dedicada a la comercialización de artículos para el hogar, electrónica e informática.

Al igual que la mayoría de los comercios electrónicos, Garbarino poseía una elevada tasa de abandono de carritos online: cerca del 80% de las sesiones registradas no terminaban en una compra. Pero esta situación fue detectada a tiempo y pudo ser revertida gracias al Email Marketing.

¿Cómo se logró? Poniendo en marcha una Campaña de reactivación dirigida a recuperar aquellos usuarios que habían abandonado el carrito. Por un lado, se les envió un recordatorio con los productos que tenían seleccionados antes de dejarlo. Además, se les recomendaron productos similares o relacionados. Los resultados obtenidos fueron extraordinarios.

Son muy diversas las razones por las cuales un prospecto decide abandonar el proceso de compra. Puede deberse a que el precio total sea inesperado, a que el usuario haya sido interrumpido mientras realizaba la operación o simplemente desee conservar el producto en el carrito porque aún no se encuentra del todo decidido.

En cualquiera de los casos el Email Marketing es el instrumento más directo y efectivo para llamar a la acción, generar sensación de urgencia y motivar al usuario a que finalmente retome su compra.

Mediante el correo instantáneo enviado tras el abandono de carrito tiendas como Garbarino pueden ofrecer ayuda a sus clientes, averiguar los motivos por los cuales no llegaron a realizar la compra e incentivarlos a que finalicen la acción, por ejemplo, ofreciendo algún tipo de descuento.

Son muchos los beneficios y las funcionalidades que brinda el Email Marketing a los eCommerce. En el caso de Garbarino estos fueron los elementos fundamentales que permitieron mejorar los resultados:

Personalización: Una de las ventajas que ofrece Doppler es la posibilidad de personalizar los mensajes agregando Campos que son reemplazados automáticamente con los datos de cada Suscriptor.

Sacando provecho de esto, Garbarino consiguió incrementar la Tasa de Apertura de sus envíos. Cada destinatario al ver su nombre en el Asunto del mensaje, por ejemplo, piensa que el contenido fue creado exclusivamente para él, sintiéndose más atraído por el mismo. Este nivel de personalización es inexistente en los medios tradicionales.

Llegar en el momento justo: Mediante el Email Automation se pueden enviar correos automáticos en el momento justo de acuerdo al comportamiento de los usuarios. Por ejemplo, cada vez que una persona abandona su carrito de compras, Garbarino le envía ese mismo día un mensaje recordatorio. En caso de que no regrese, se le puede enviar otro al día siguiente con alguna promoción, descuento o incentivo.

¿Tienes alguna pregunta? No dudes en escribirnos a info@fromdoppler.com y nos pondremos en contacto contigo a la brevedad.





INTRODUCCIÓN

Estimular la acción inmediata: Agregando llamativos Calls To Action (Llamados a la Acción) en sus piezas de correo, la compañía consigue movilizar a los prospectos para que hagan click y finalmente terminen de concretar la compra que han dejado, muchas veces se suele ofrecer un descuento especial para esos productos.

Analizar Reportes detallados: El Email Marketing les permite acceder a información en tiempo real sobre el comportamiento de sus Suscriptores. Medir los resultados obtenidos fue indispensable para que Garbarino pudiera optimizar las acciones futuras.

Analizando las métricas, por ejemplo, pudieron detectar cuáles son los mejores días y horas para realizar los envíos, qué Asuntos y contenidos funcionan mejor, etc. Además, en los Reportes se muestran las acciones que llevan a cabo los Suscriptores una vez que han ingresado a los enlaces de los Emails.

Segmentar: La Base de Datos de toda compañía contiene información muy valiosa acerca de los clientes y prospectos, es una fuente de valor que gracias a las nuevas funcionalidades que brindan las herramientas de Email Marketing se puede aprovechar al máximo. En Garbarino se utilizó la segmentación para ofrecerle a cada Suscriptor productos y contenidos orientados a sus características, problemas y necesidades.

¿Tienes alguna pregunta? No dudes en escribirnos a info@fromdoppler.com y nos pondremos en contacto contigo a la brevedad.





CASO DE ESTUDIO:
GARBARINO. EMAIL MARKETING & EMAIL
AUTOMATION PARA ECOMMERCE

CLIENTE:

GARBARINO

MERCADO/INDUSTRIA:

Comercio de artículos para el hogar,
electrónica e informática.

OBJETIVO:

Lograr que los prospectos que
abandonaron su carrito regresen al Sitio
Web y finalicen la compra. Mediante una
Campaña de recuperación recordarles
los productos agregados al carrito y
recomendarles productos similares o
relacionados.

¿Tienes alguna pregunta? No dudes en
escribirnos a info@fromdoppler.com y nos
pondremos en contacto contigo a la brevedad.



fromdoppler.com

DESCRIPCIÓN

Garbarino es una empresa argentina que se dedica a la comercialización de artículos para el hogar, electrodomésticos y tecnología. Su sede principal se encuentra en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

La compañía fue fundada en 1951, en ese entonces el negocio consistía principalmente en vender discos de pasta. Poco a poco fue creciendo, adquiriendo mayor competitividad e incorporando nuevos locales.

La compañía ha demostrado su gran capacidad de liderazgo e innovación introduciendo conceptos novedosos para la época, como la venta telefónica en 1995 y la venta por Internet en 1999. Luego de la crisis macroeconómica atravesada por el país sobre fines del año 2001, a partir del último cuatrimestre del 2002 comenzó a experimentar un significativo crecimiento de ventas impulsadas por la gradual satisfacción de la demanda retrasada y también por condiciones favorables que surgían de acuerdos entre bancos y cadenas comerciales, continuando de manera sostenida hasta hoy en día, mostrando cada año niveles notablemente superiores.

Actualmente, la empresa se destaca por estar siempre a la vanguardia en lo que respecta a estrategias de Comunicación, Publicidad y Marketing Digital. Esto se ve claramente reflejado en su Sitio Web, pensado para que los usuarios puedan realizar compras online sin la necesidad de concurrir personalmente a las sucursales. Gracias a su diseño la navegabilidad es una experiencia sumamente agradable y los pedidos se pueden realizar con facilidad.

SITUACIÓN

En mayo de 2016 la empresa comenzó a utilizar el Email Marketing para recuperar carritos abandonados, y en noviembre del mismo año, tras analizar el comportamiento de los clientes durante ese periodo de tiempo, identificaron que era necesario mejorar la estrategia que estaban llevando a cabo.

Originalmente el Email recordatorio se enviaba un día más tarde de haber sido abandonado el carrito pero los resultados no eran los esperados. Tras la mejora de la estrategia, los envíos se comenzaron a efectuar entre 2 a 3 horas después del abandono.

En consecuencia, las métricas crecieron abismalmente:

- El Click Through Rate (CTR) superó 3.4 veces el promedio alcanzado con la estrategia anterior.
- El Click To Open Rate (CTOR) sufrió un incremento del 2.7 veces en comparación con los envíos originales.
- La conversión fue un 13.7 veces mayor al promedio anterior del canal.

El Click to Open Rate (CTOR), resultado entre la cantidad de Suscriptores que hicieron click en alguno/s de los enlaces y la cantidad de Emails Abiertos, se incrementó un 42% en relación al envío original.

Debido a este gran crecimiento, la conversión se vio afectada reduciéndose en un 12%. Sin embargo, el mayor volumen de sesiones compensó esta baja generando un retorno de la inversión (ROI) 1.8 veces superior al del envío original, es decir, el valor económico obtenido como resultado de la acción fue sumamente superador.



CASO DE ESTUDIO:
GARBARINO. EMAIL MARKETING & EMAIL
AUTOMATION PARA ECOMMERCE

CLIENTE:

GARBARINO

MERCADO/INDUSTRIA:

Comercio de artículos para el hogar,
electrónica e informática.

OBJETIVO:

Lograr que los prospectos que
abandonaron su carrito regresen al Sitio
Web y finalicen la compra. Mediante una
Campaña de recuperación recordarles
los productos agregados al carrito y
recomendarles productos similares o
relacionados.

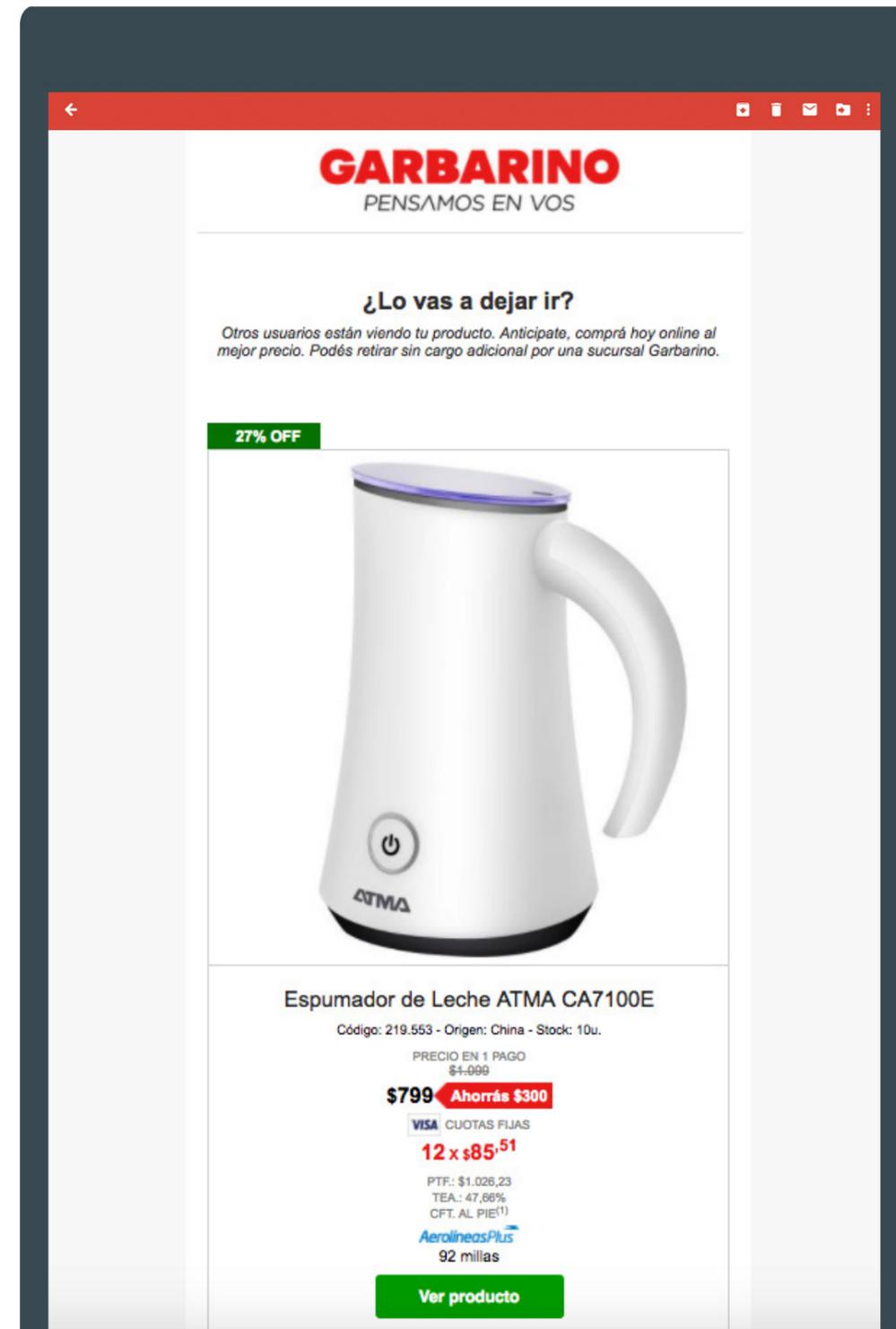
¿Tienes alguna pregunta? No dudes en
escribirnos a info@fromdoppler.com y nos
pondremos en contacto contigo a la brevedad.



fromdoppler.com

PILARES DE LA ESTRATEGIA DE EMAIL MARKETING

Diseño: Las piezas fueron diseñadas de tal manera que reflejaran el estilo y los valores de la marca. Se prestó especial atención a los colores, al tono comunicacional y a la estructura, buscando evitar información poco relevante que pudiese dispersar a los destinatarios y haciendo hincapié en el objetivo principal: la conversión.



Considerando que cada imagen es un disparador de asociaciones, se incorporaron fotografías de los productos abandonados, Calls To Action (CTA) que incentivan a hacer click, y links directos que llevan a los usuarios hacia su carrito abandonado.

Cambio en la perspectiva de maquetación de los Emails:

Se pensó en una Campaña Responsive que pudiera visualizarse a la perfección desde cualquier dispositivo, ya sea smartphone, tablet, notebook, etc.

A principios de 2016 desde la compañía observaron que más del 50% del tráfico proveniente de Email Marketing ingresaba a través de sus dispositivos móviles y esa tendencia registraba un crecimiento del 77% en comparación al mismo trimestre del año anterior.

Entendieron, entonces, que era momento de dar vuelta la página y comenzar a pensar completamente a la inversa: generar contenidos 100% ideados para esa mayoría que navega a través de un celular y lograr una adaptación funcional para la minoría que continúa ingresando al Sitio Web desde su computadora de escritorio.

Adicionalmente, para hacer este cambio tuvieron en cuenta que a lo largo de un día los usuarios le dedicaban en promedio 3.7 horas al uso del celular, este factor combinado con la aparición marcada de servicios como Netflix y Spotify incrementarían ese tiempo.

El tiempo les dió la razón, pues, en lo que va del 2017 más del 65% del tráfico proveniente del Email Marketing se registró desde un dispositivo móvil, y estiman cerrar el año superando el 70%.

Pero pasar de una página a la otra no significó únicamente realizar Emails que se adaptaran a ambas pantallas. El incremento en el uso de dispositivos móviles junto al consumo de Redes Sociales radicó un nuevo comportamiento en los usuarios: Endless scrolling. Ya no navegan por el contenido de manera tradicional sino a través del scroll, el contenido va cargándose a medida que uno va bajando,



CASO DE ESTUDIO:
GARBARINO. EMAIL MARKETING & EMAIL
 AUTOMATION PARA ECOMMERCE

CLIENTE:
GARBARINO

MERCADO/INDUSTRIA:

Comercio de artículos para el hogar,
 electrónica e informática.

OBJETIVO:

Lograr que los prospectos que
 abandonaron su carrito regresen al Sitio
 Web y finalicen la compra. Mediante una
Campaña de recuperación recordarles
 los productos agregados al carrito y
 recomendarles productos similares o
 relacionados.

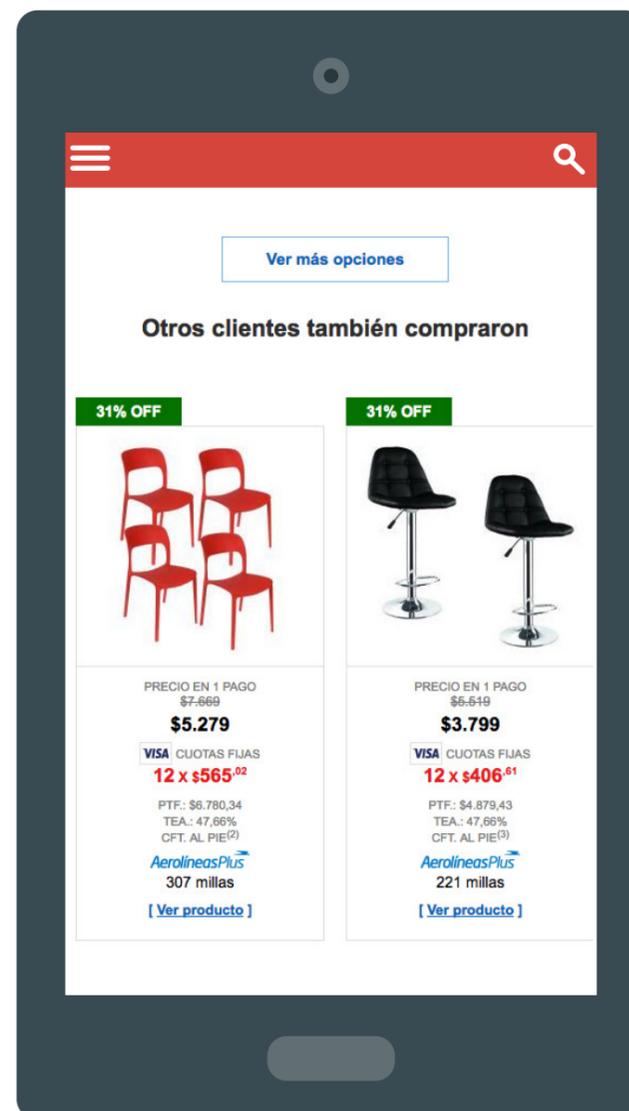
¿Tienes alguna pregunta? No dudes en
 escribirnos a info@fromdoppler.com y nos
 pondremos en contacto contigo a la brevedad.



fromdoppler.com

evitando tener que hacer clic en “Siguiente” o cambiar de página
 para obtener más información.

En este sentido, consideraron necesario romper el paradigma de
 generar Emails cortos, también llamados One Page Scroll, para pasar
 a desarrollar Emails mucho más extensos, con contenido jerarquizado
 conforme a la relevancia del cliente y/o prioridades de comunicación.
 Fue así que llegaron a triplicar el contenido de sus envíos obteniendo
 a cambio un crecimiento del 18% en términos de Click To Open Rate
 en comparación a su versión anterior de One Page Scroll.



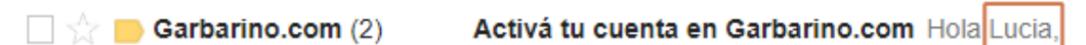
Integración por medio de API (Application Programming Interface): es el conjunto de códigos y especificaciones que las aplicaciones deben seguir para comunicarse entre ellas.

Desde Garbarino utilizaron la **API Hipermedia** que ofrece Doppler para integrar sus propias herramientas, software y aplicaciones. De esta forma, consiguieron administrar sus Listas, Campañas, Campos Personalizados y Suscriptores de forma rápida y efectiva.

La API, por ejemplo, les permitió sincronizar su Base de Datos, sus Formularios y el stock de la tienda con su cuenta de Doppler.

Personalización: Las comunicaciones genéricas convertían a la marca en lejana y distante, por ello, se hizo hincapié en proporcionar un trato más cercano y personalizado que refuerce el engagement con los clientes. Personalizar los Asuntos y el contenido de cada Email fue clave para lograr llamar la atención de los usuarios haciéndoles sentir que ese correo había sido pensado exclusivamente para cada uno de ellos.

Gracias a los Campos personalizados se puede poner el nombre de cada Suscriptor en el Asunto del Email y llamar su atención desde que el correo ingresa a su inbox.





CASO DE ESTUDIO:
GARBARINO. EMAIL MARKETING & EMAIL
AUTOMATION PARA ECOMMERCE

CLIENTE:
GARBARINO

MERCADO/INDUSTRIA:

Comercio de artículos para el hogar,
electrónica e informática.

OBJETIVO:

Lograr que los prospectos que
abandonaron su carrito regresen al Sitio
Web y finalicen la compra. Mediante una
Campaña de recuperación recordarles
los productos agregados al carrito y
recomendarles productos similares o
relacionados.

¿Tienes alguna pregunta? No dudes en
escribirnos a info@fromdoppler.com y nos
pondremos en contacto contigo a la brevedad.



fromdoppler.com

El cuerpo del Email también se puede personalizar para humanizar
aún más los mensajes. En el lugar donde dice [[[Nombre]]] aparecerá
el nombre de cada Suscriptor.

GARBARINO
PENSAMOS EN VOS



[[[Nombre]]]

*Te acercamos un regalo especial válido en TODO TV acumulable con
descuentos de hasta 30%OFF para que vuelvas. También podés usarlo en
muebles para tu TV y sillones.*

Segmentación: Lo más difícil de lograr suele ser que los prospectos
se suscriban a la Base de Datos, una vez que lo hacen quiere decir
que presentan un interés real en recibir información o efectuar una
compra. En este sentido, se plantearon: ¿qué es lo que los usuarios
esperan a cambio? ¿Cuáles son sus gustos e intereses? Luego,
en base a los datos que se tenían de cada uno de ellos y a su
comportamiento dentro del sitio, se les envió correos con contenido
específico que respondía a sus necesidades.

Además, una vez enviados los correos, se evaluaron los clicks
que los usuarios realizaron dentro de cada pieza. De esta forma,
conociendo los porcentajes de Click Through Rate (CTR) y de Click
To Open Rate (CTOR) se logró idear un contenido especial para cada

tipo de Suscriptor, buscando la forma de que además de abrir la
Campaña hicieran click en los enlaces.

Incentivos: Los Emails funcionaron como un instrumento para
reforzar la toma de decisión de cada usuario. Se les ofrecieron
productos relacionados a los que acababan de mirar o los mismos
que habían agregado a su carrito abandonado pero esta vez con
un descuento limitado o con envío gratis para que volvieran a
considerar la compra.

Se le agregó un sentido de urgencia a los mensajes, por ejemplo,
aclarando que tiene tiempo de recuperar su carrito o de aprovechar
la oferta hasta un día determinado.

A continuación veremos una Campaña dirigida a aquellos usuarios
que estuvieron navegando en el Sitio Web buscando somniers y lo
agregaron a su carrito de compra pero no finalizaron la transacción.
Entonces, reciben el siguiente correo que funciona como incentivo
para que regresen a la página y finalicen la acción.



¿Seguís buscando?

*Te acercamos un cupón válido por un 10% OFF sobre el precio publicado
de TODO Colchones y Somniers. Válido x 48 hs.*

Ver cupón



CASO DE ESTUDIO:
GARBARINO. EMAIL MARKETING & EMAIL
 AUTOMATION PARA ECOMMERCE

CLIENTE:
GARBARINO

MERCADO/INDUSTRIA:

Comercio de artículos para el hogar, electrónica e informática.

OBJETIVO:

Lograr que los prospectos que abandonaron su carrito regresen al Sitio Web y finalicen la compra. Mediante una **Campaña de recuperación** recordarles los productos agregados al carrito y recomendarles productos similares o relacionados.

¿Tienes alguna pregunta? No dudes en escribirnos a info@fromdoppler.com y nos pondremos en contacto contigo a la brevedad.

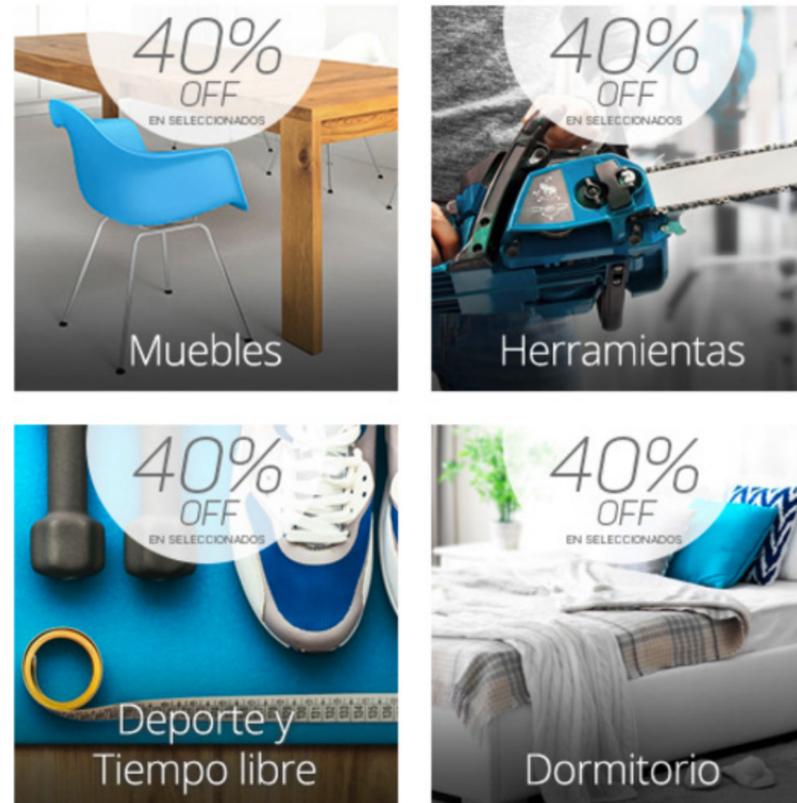


fromdoppler.com

Además de ofrecerles descuentos en el producto que estuvieron viendo, en este caso somniers, se les sugieren artículos relacionados como muebles, herramientas, etc.

GARBARINO HOGAR

También encontrás en Garbarino.com las siguientes ofertas:



Generar confianza: Utilizar plataformas de pago seguras, cifrado SSL y tener opiniones favorables de los clientes en diversos sitios, son puntos importantes a la hora de brindarles seguridad a los prospectos. Por ello, se decidió plasmar esta información en los Emails, aumentando la confiabilidad de los clientes hacia la empresa.

Generar confianza en el usuario y vender van de la mano, por ello, es importante dejarle en claro todos los medios por los cuales se puede contactar con la empresa. Además, añadiendo los canales sociales se incrementa la interacción con los usuarios y se genera comunidad. ¡Es parte de una buena estrategia de fidelización!



Acceso desde la nube: Para poner en marcha su Campaña de Email Marketing, la empresa no tuvo que realizar ninguna descarga ya que Doppler funciona mediante servidores remotos, es decir, se puede acceder a ellos desde cualquier computadora conectada a Internet en cualquier parte del mundo.

Al crear la cuenta sólo tuvieron que integrar su software, base de datos y herramientas a estos servidores que se encargaron de almacenar todos los datos necesarios para trabajar.

Soluciones customizadas: Desde Garbarino destacaron que uno de los grandes pilares de su estrategia fue contar con una atención de calidad y un seguimiento personalizado por parte de Doppler. Ante diversas dudas que fueron surgiendo durante la implementación de su estrategia, el equipo estuvo presente para ayudar y ofrecer soluciones.

Nada de contestadores ni mensajes automáticos, en diferentes ocasiones se pudieron contactar al instante con nuestros miembros de atención al cliente: por correo electrónico, teléfono, redes sociales y chat en línea. Además, contaron con un soporte técnico de excelencia durante las 24 horas, los 7 días a la semana.



CONCLUSIÓN

El Email Marketing posee funcionalidades beneficiosas para diferentes sectores pero especialmente para el eCommerce ya que, mediante herramientas como Doppler se puede detectar con facilidad cuando un cliente visita el Sitio Web del negocio pero abandona la compra sin concretar el pago. Posteriormente, gracias a la automatización, se envía un correo dirigido puntualmente a revertir la situación, resolviendo las dudas del prospecto respecto a la compra, brindando promociones y convenciéndolo para que efectúe la transacción.

En el caso de Garbarino, con una relación de 1 cada 1.000 envíos de Email Marketing, la Campaña de recuperación de carritos abandonados representó en 2016 el 6.46% de las transacciones y el 7.71% de los ingresos del canal Email, volviéndose la Campaña con mejor ROI y resultados en términos de métricas de Email Marketing.

Queda demostrado que para lograr un incremento sustancial de las conversiones mediante este tipo de Campañas es necesario

enviarlas pocas horas luego del abandonado el carrito, ya que, según lo comprobado en este caso, no se obtienen tan buenos resultados efectuando los envíos el día posterior.

Por otro lado, la Tasa de Apertura y de Clicks es de las más elevadas debido a que son correos que poseen contenido sumamente relacionado con los intereses de los destinatarios. Mediante un Asunto y contenido personalizados la captación es aún mayor y los resultados obtenidos son asombrosos.

Las Campañas que lleva a cabo Garbarino son elaboradas en pocas horas y se configuran para llegar a la bandeja de entrada de miles de usuarios en el momento justo. Además, poseen un excelente retorno sobre la inversión (ROI): ¡USD 40 en promedio! Esto demuestra, una vez más, la efectividad y el poder que posee el Email Marketing, una herramienta indispensable para el Comercio Electrónico.

¿Tienes alguna pregunta? No dudes en escribirnos a info@fromdoppler.com y nos pondremos en contacto contigo a la brevedad.





CASO DE ESTUDIO:
GARBARINO. EMAIL MARKETING & EMAIL
AUTOMATION PARA ECOMMERCE

ESTEMOS EN CONTACTO

Si quieres probar cada una de las funcionalidades de Doppler para tu eCommerce y aprovechar al máximo todos sus beneficios, puedes **crear una cuenta gratis** con envíos ilimitados.

¿Necesitas que te asesore con respecto a nuestros Planes Pagos? Contáctame y te ayudaré a elegir el que mejor se ajuste a tus necesidades. ¡No esperes más y comienza a incrementar tus ventas hoy mismo!

El equipo de Doppler
☺

info@fromdoppler.com

Buenos Aires, Argentina: [+54 11 52353060](tel:+541152353060)

México, D.F.: [+52 55 4161 4999](tel:+525541614999)

Quito, Ecuador: [+593 99 274 8211](tel:+593992748211)

¿Tienes alguna pregunta? No dudes en escribirnos a info@fromdoppler.com y nos pondremos en contacto contigo a la brevedad.



fromdoppler.com