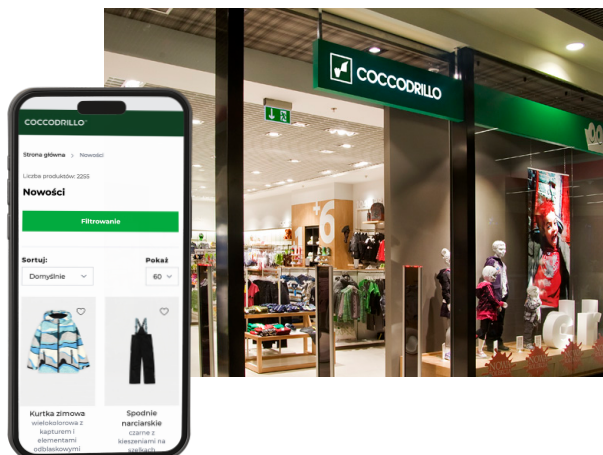




Personalizacja i poprawa doświadczeń zakupowych Coccodrillo z Persooa

O Coccodrillo



Coccodrillo to **polska marka**, która oferuje odzież i obuwie dla dzieci. Działa na rynku już od **ponad 20 lat**. Jej właściciele, jako rodzice, doskonale rozumieli potrzeby klientów, co zaowocowało stworzeniem silnej, międzynarodowej marki. Jest ona obecna m.in. w takich krajach jak Austria, Czechy, Węgry, Słowacja, Rumunia, kraje bałtyckie, Arabia Saudyjska, Mongolia, Libia i wiele innych.

Wyzwanie

Zwiększenie przychodów ze sklepu internetowego oraz lojalności i satysfakcji klientów.

Wprowadzenie

Marka Coccodrillo ma szeroką ofertę ubrań i butów zarówno dla chłopców, jak i dziewczynek. Aby ułatwić klientom zakupy i zwiększyć zyski, Coccodrillo zdecydowało się na współpracę z Persooa – liderem w dziedzinie integracji i obsługi Marketing Automation, personalizacji oraz programów lojalnościowych z bogatym doświadczeniem w obsłudze platformy technologicznej Synerise.

“Mam przyjemność pracować z Persooa i mogę z pełnym przekonaniem powiedzieć, że utrzymują wysoki poziom jakości i terminowo wywiązują się z obowiązków. Zespół posiada profesjonalne kompetencje i pracuje z dużym zaangażowaniem, aktywnie poszukując nowych rozwiązań na podniesienie sprzedaży, często wychodząc poza zakres swoich obowiązków.”

Katarzyna Zielińska

Dyrektor Omnichannel

Co zrobiliśmy?









Predykcja prawdopodobieństwa zakupu i spersonalizowana kampania e-mailowa

Na bazie modułu predykcji wykonaliśmy analizę prawdopodobieństwa zakupu z podziałem na kategorię asortymentu oraz płęć, dla jakiej klient najczęściej kupuje ubrania. Analiza pozwoliła na stworzenie segmentu z tymi klientami, gdzie prawdopodobieństwo zakupu było wysokie. Do tej grupy została skierowana kampania e-mail ze spersonalizowanymi rekomendacjami.

Dodatkowo wzbogaciliśmy kampanię o optymalizator czasu wysyłki. Jest on oparty na analizie zachowań klienta względem reakcji na wysyłane kampanie, dzięki czemu każdy klient otrzymał e-mail w optymalnym czasie, dostosowanym do niego indywidualnie.

Efektom przeprowadzonych działań jest zwiększenie precyzji targetowania stałych i potencjalnych klientów, efektywniejsze wykorzystanie budżetu marketingowego, podniesienie ROI w kampaniach reklamowych oraz zwiększenie satysfakcji klientów dzięki spersonalizowanym ofertom.

Sprawdź co dla Ciebie przygotowaliśmy

 <p>Marynarka jednorzędowa marynarka 99,90 zł 149,90 zł WC113802289</p> <p>ZOBACZ PRODUKT</p>	 <p>Marynarka dzianinowa dzianinowa II 75,90 zł 109,90 zł WC113801889</p> <p>ZOBACZ PRODUKT</p>	 <p>Marynarka z wiskoza marynarka 89,90 zł 129,90 zł WC113801889</p> <p>ZOBACZ PRODUKT</p>
 <p>T-shirt z krótkim rękawem z krótkim rękawem 29,90 zł 45,90 zł WC2141294K1W</p> <p>ZOBACZ PRODUKT</p>	 <p>T-shirt z długim rękawem z długim rękawem 29,90 zł 49,90 zł WC214105M0D</p> <p>ZOBACZ PRODUKT</p>	 <p>T-shirt bez rękawów bez rękawów 29,90 zł 29,90 zł WC2141307EVW</p> <p>ZOBACZ PRODUKT</p>

Personalizowana oferta na podstawie preferencji użytkownika



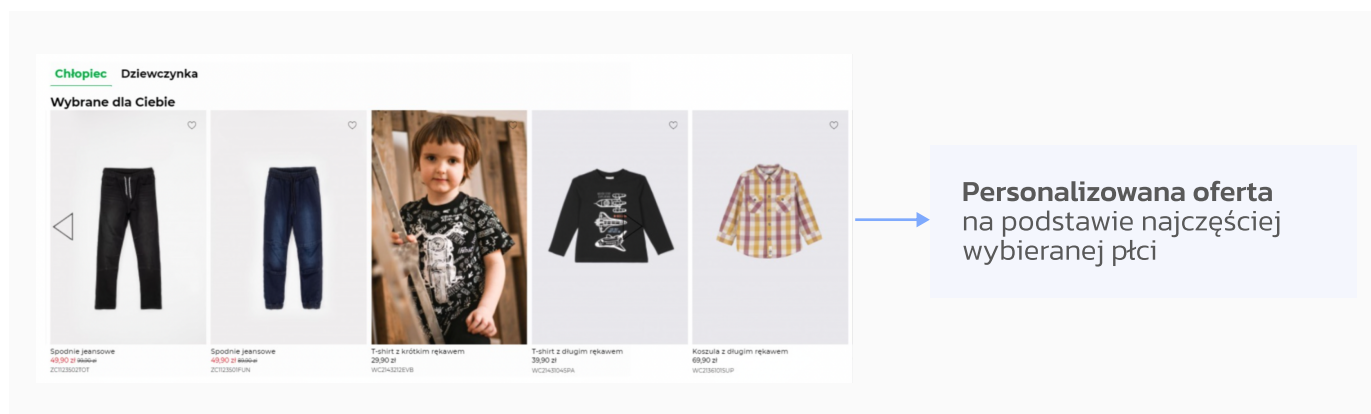
Personalizacja 1:1

Dzięki wykorzystaniu danych i zaawansowanej analizy AI spersonalizowaliśmy ofertę i dopasowaliśmy jej treść do bieżących zachowań klientów i ich preferencji zakupowych.



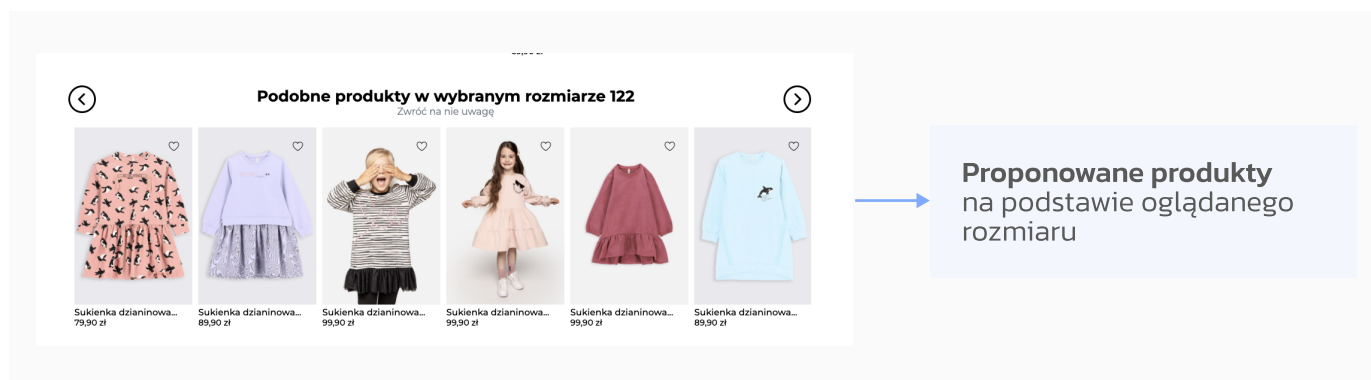
1. Wybór produktów według płci

Rekomendacje oparliśmy na silniku AI. Dzięki temu były one dopasowane do indywidualnych preferencji klientów, w oparciu o historię zakupów czy przeglądania. Dodatkowo wzbogaciliśmy je o podział wg płci. Dla klientów, którzy dokonywali zakupów dla obu płci, stworzyliśmy możliwość przechodzenia między zakładkami z rekomendowanym asortymentem dla dziewczynki lub chłopca. Z kolei konsumentom, którzy skupieni są na wyborze ubrań tylko dla jednej płci, rekomendacja prezentuje ofertę dla jednej, najczęściej wybieranej płci.



2. Wybór produktów według rozmiaru

Podobne produkty, które są prezentowane podczas przeglądania konkretnej oferty, dopasowują się do poszukiwanego przez klienta rozmiaru. Oznacza to, że jeśli użytkownik ogląda produkty w rozmiarze 122, takie ubrania będą mu proponowane.





Tworzenie spersonalizowanych kampanii dla różnorodnych segmentów klientów w oparciu o analizę RFM

Wykorzystując analizę RFM przygotowaliśmy kampanie aktywizujące kluczowe segmenty klientów, dobierając treści i elastyczne kampanie promocyjne, które adaptują się do indywidualnych preferencji klienta.



1. New Customers

Kampania powitalna z personalizowaną treścią, zależną od produktów wybranych dla danej płci oraz ankietą satysfakcji po pierwszych zakupach.



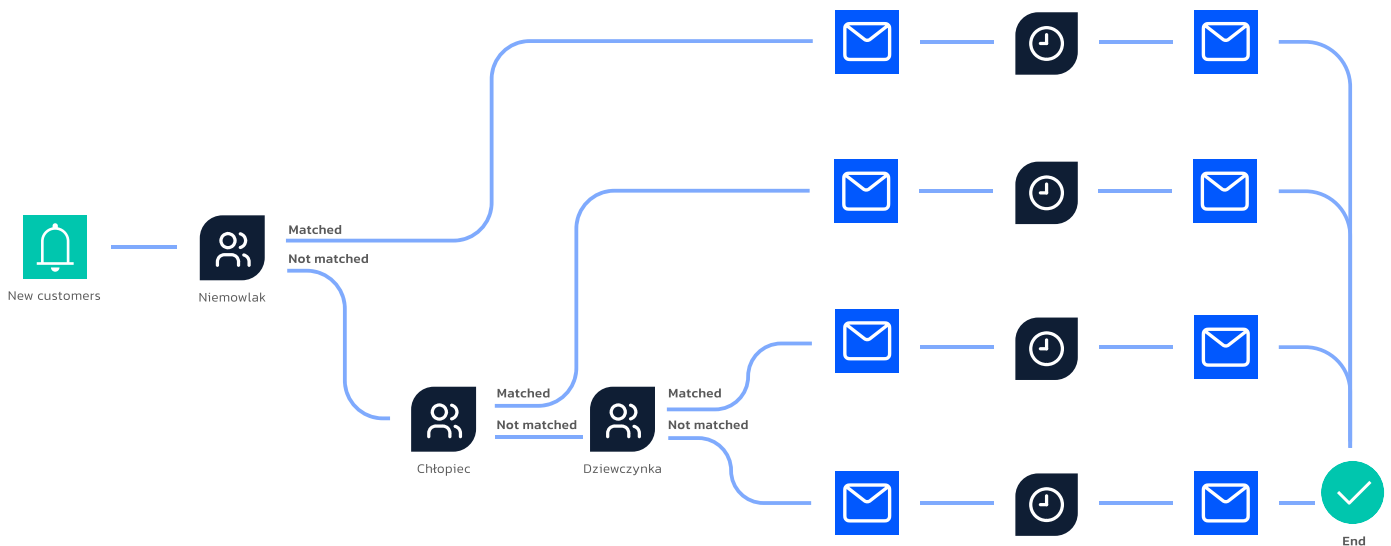
2. Chrun

Kampania oparta na najczęściej kupowanych produktach dla danej płci oraz wysokości poprzednich zakupów.



2. Heavy Buyers

Kampania oparta o mechanizm przewidywania czasu przyszłych zakupów. Wykorzystuje testy A/B dla doboru najefektywniejszego rodzaju rekomendacji.





Budowanie długotrwałych i stabilnych relacji z klientem poprzez program lojalnościowy

Wdrożyliśmy liczne automatyzacje w ramach programu lojalnościowego. Począwszy od zaproszenia klientów do przystąpienia do programu lojalnościowego przez kampanie welcome czy kampanie informujące o stanie konta i poziomie punktów osiągniętych w ramach programu, po kampanie angażujące i aktywizujące klientów lojalnościowych.

Dodatkowo integracja technologii Synerise ze sklepami offline, które odpowiadają za rejestrację ponad 80% zapisów do programu lojalnościowego, pozwala na międzykanałową komunikację z klientem.

Witaj Karolina!

Tylko 746,19 zł dzieli Cię od wymiany e-karty na złotą 1253,81 zł
Twoje e-konto

Dziękujemy za zakupy i że jesteś w Coccodrillo Club!
Aktualny stan Twojego e-konta w Coccodrillo Club to 1253,81 zł.
Zobacz, co nowego przygotowaliśmy dla członków naszego klubu.
Pamiętaj, że za wszystkie zakupy z kartą Coccodrillo Club otrzymasz 8% rabatu

Zapraszamy na zakupy!

Komunikacja z klientem za pomocą e-maila

Bluza dresowa zielona z printem w zwierzęta

49,90 zł

Najniższa cena z 30 dni przed obniżką: 79,90 zł
Cena regularna: 79,90 zł

Kolor: zielony

Rozmiar: 092 098 104 110 116 122

club.

Do Złotej E-Karty brakuje Ci: **746,19 zł**

Zyskaj większy rabat 10%.

club.owicze mogą skorzystać z dodatkowych rabatów oraz darmowej dostawy przy zakupach za min. 100zł [Dowiedz się więcej >>](#)

Komunikacja z klientem na karcie produktu



Analiza 360

Jednym z głównych wyzwań Coccodrillo było jak najlepsze poznanie klienta, analiza jego zachowań, potrzeb oraz preferencji dla zapewnienia jak najlepiej spersonalizowanej oferty. Wykorzystując dostępne dane oraz moduł analityczny, przeprowadziliśmy analizę klienta we wszystkich kanałach komunikacji, efektem czego utworzono widok klienta 360 w jednym miejscu i jest on aktualizowany w czasie rzeczywistym.

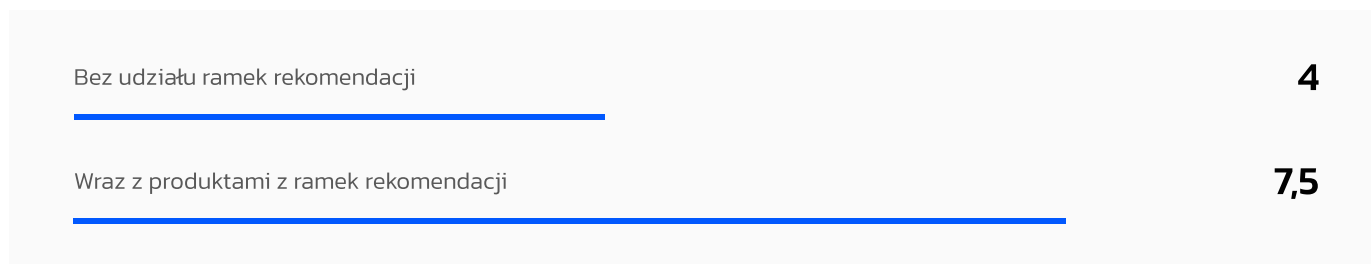
Analiza obejmowała m.in.

- kanały komunikacji
- dane demograficzne
- zachowania behawioralne
- dane techniczne urządzeń, z jakich korzystają klienci
- skuteczność kampanii

Analiza klienta pomogła w zrozumieniu zachowania, preferencji i potrzeb klientów. Stała się podstawą do podejmowania decyzji marketingowych i operacyjnych w celu zwiększenia sprzedaży i satysfakcji klienta.

Wyniki

Liczba produktów w koszyku:



Wzrost przychodów z udziałem produktów kupowanych z ramek rekomendacji



Wzrost wartości koszyka



Wzrost transakcji z rekomendacji produktowych



Podsumowanie współpracy

Odpowiednia platforma technologiczna, wykorzystanie danych i wiedza naszych ekspertów sprawiły, że każdy krok ścieżki zakupowej w Coccodrillo jest spersonalizowany. To pozwala na zwiększenie kluczowych wskaźników, takich jak konwersja i zadowolenie klienta. Stosując segmentację opartą na wiedzy domenowej oraz AI, osiągamy precyzyjne grupy targetowe, zapewniając efektywną komunikację. Kanały i czas dostarczenia kampanii są teraz dostosowane indywidualnie do każdego użytkownika. Reasumując – możliwość pełnej personalizacji, automatyzacji kampanii i real-time analizy wyników poprzez dashboardy, a także wykorzystanie testów A/B sprawiły, że udało nam się osiągnąć cel postawiony na początku współpracy.

“Coccodrillo to sklep z bogatą ofertą produktów o doskonałej jakości. Brakującym elementem tej układanki była automatyzacja marketingu, dzięki której klienci mogą otrzymywać spersonalizowane oferty, co zwiększa konwersje i lojalność klientów.

Po wdrożeniu odpowiedniej technologii i uruchomieniu kampanii bardzo szybko mogliśmy zauważyć efekty, co jest tylko potwierdzeniem, że właściciele Coccodrillo podjęli świetną decyzję.”



Arkadiusz Seredyn
CEO Persooa