

Monnari Case Study

Kraj: Polska
Branża: Moda i Retail
Początek współpracy: 2024

Monnari to wiodąca polska marka odzieżowa, która łączy tradycję z nowoczesnością. Stosując podejście omnichannel, dążyła do wzmocnienia personalizacji i retencji klientów.

Wyzwania:

- Personalizacja i ujednolicona komunikacja w różnych kanałach.
- Zwiększenie całkowitej wartości klienta (Customer Lifetime Value) i retencji.

Strategia:

Generowanie Leadów

Dynamiczne pop-upy do pozyskiwania danych.

Automatyzacja Marketingu

Odzyskiwanie porzuconych koszyków, remarketing i spersonalizowane kampanie.



Personalizacja i Omnichannel

Targetowane wiadomości e-mail, SMS i na stronie internetowej.

Segmentacja

Behawioralna i transakcyjna segmentacja klientów.

Segmentacja Kontaków

- ☒ Nowe Kontakty
- ☐ Wysoka Aktywność - E-mail

Wyniki (1 Rok)

Wzrost %

Przed SALESmanago

Z SALESmanago

Pozyskiwanie klientów:

20.8% Wzrost bazy danych

Przychody:

11% Wzrost AOV (średniej wartości zamówienia)

45% transakcji z SALESmanago

Zaangażowanie:

Monnari email campaigns open rate

From marketing@monnari.pl To me

+213% wyższy wskaźnik otwarć maili w porównaniu do poprzednich kampanii

Przed wdrożeniem SALESmanago

Po wdrożeniu SALESmanago **+213%**

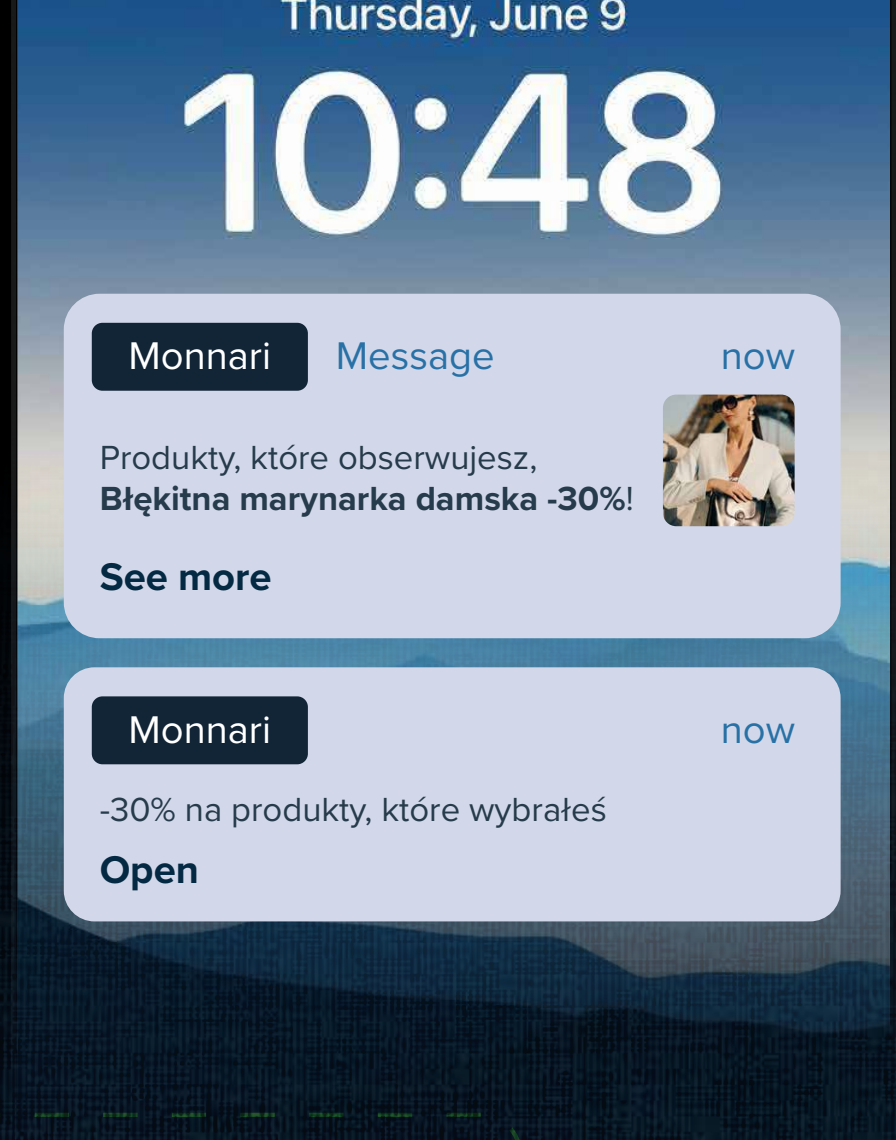
1 118% wyższy współczynnik klikalności (CTR).

- Abandoned shopping
- Birthday email campaign
- These dresses might be
- You might want to check
- Welcome to Monnari
- Thank you for sign

Konwersja:

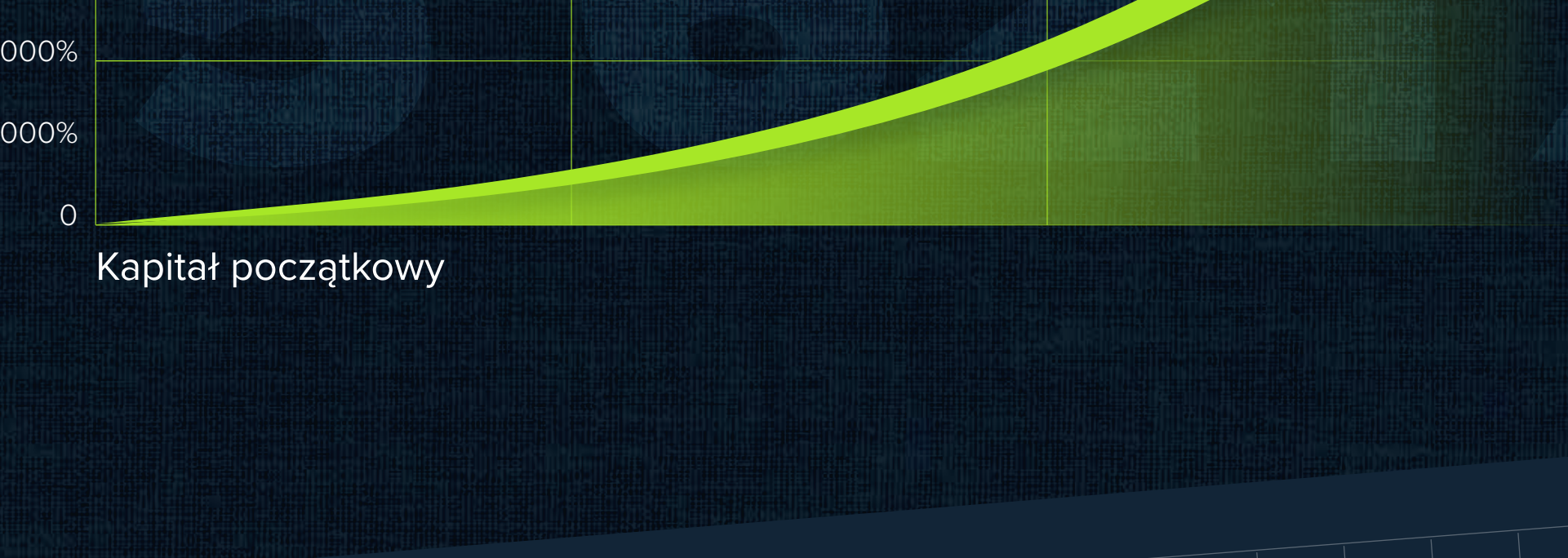
kampanie SMS z CTR na poziomie **36,38%**

spersonalizowane kampanie wygenerowały **46,46%** sprzedaży



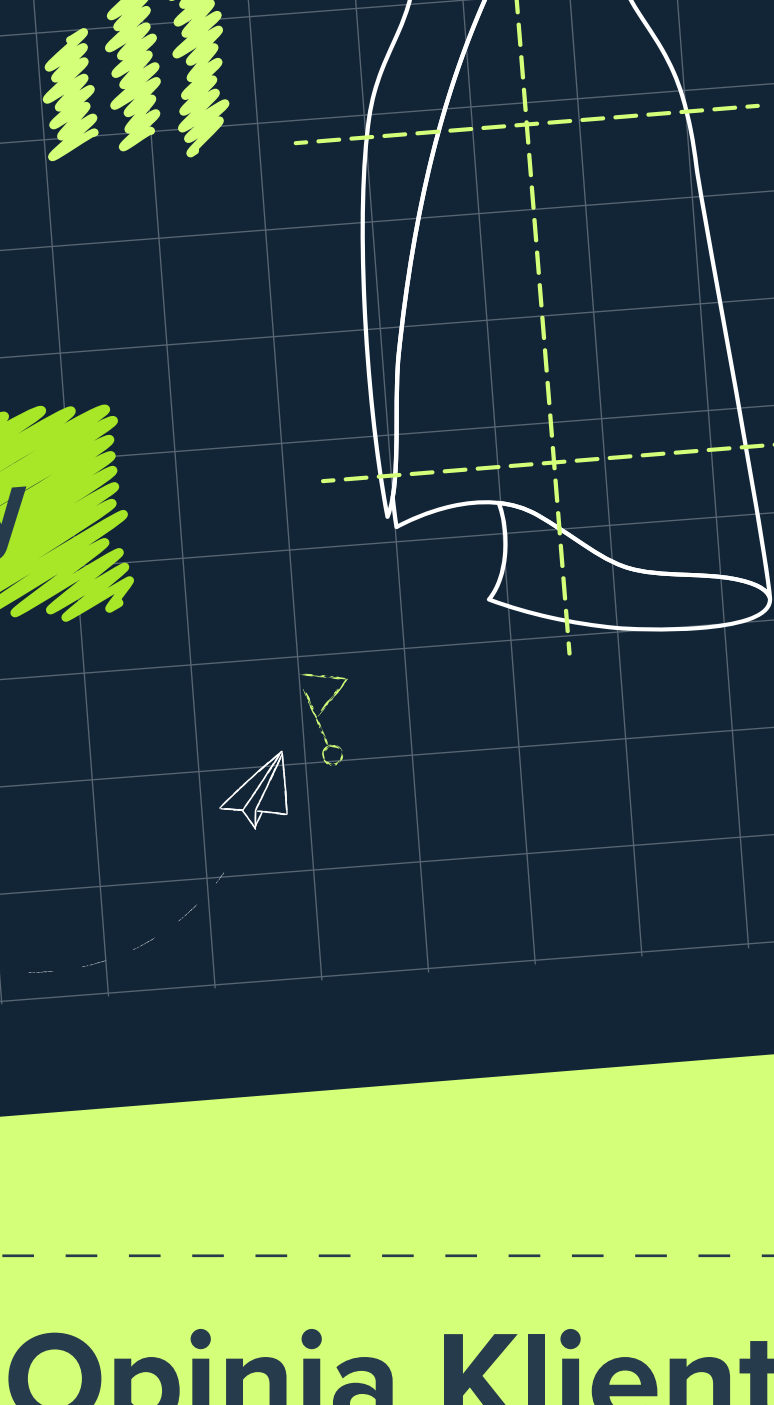
Zwrot z inwestycji (ROI):

5 621% ROI z inwestycji w platformę SALESmanago



Plany na Przyszłość

- Segmentacja RFM
- Rekomendacje AI
- Program Lojalnościowy



Opinia Klienta

“Proces przebiegł sprawnie i efektywnie, głównie dzięki doskonałej współpracy z opiekunem, który był zawsze dostępny i pomocny.”