QUELLE.

Персонализация, influencer marketing и другие тренды ecommerce

Андрей Осокин, Директор по маркетингу

90-летняя история Quelle

1927	1948	2004	2009
Густав Шикеданц в г. Фюрте зарегистрировал QuelleSchickedanz	Открыт торговый дом, стремительный рост, более 100 филиалов	Открытие дочерней компании в России.	Компания присоединяется к Otto Group.

Сегодня Quelle входит в **Топ-5** Fashion онлайн-ритейлеров в России

Изменение в стратегии коммуникации

Channel based marketing

People based marketing

People based marketing

Построение всех маркетинговых коммуникаций вокруг конкретного пользователя

Все каналы!
Все устройства!

facebook

DRIVEBACK

criteo

Yandex

myTarget

retailrocket

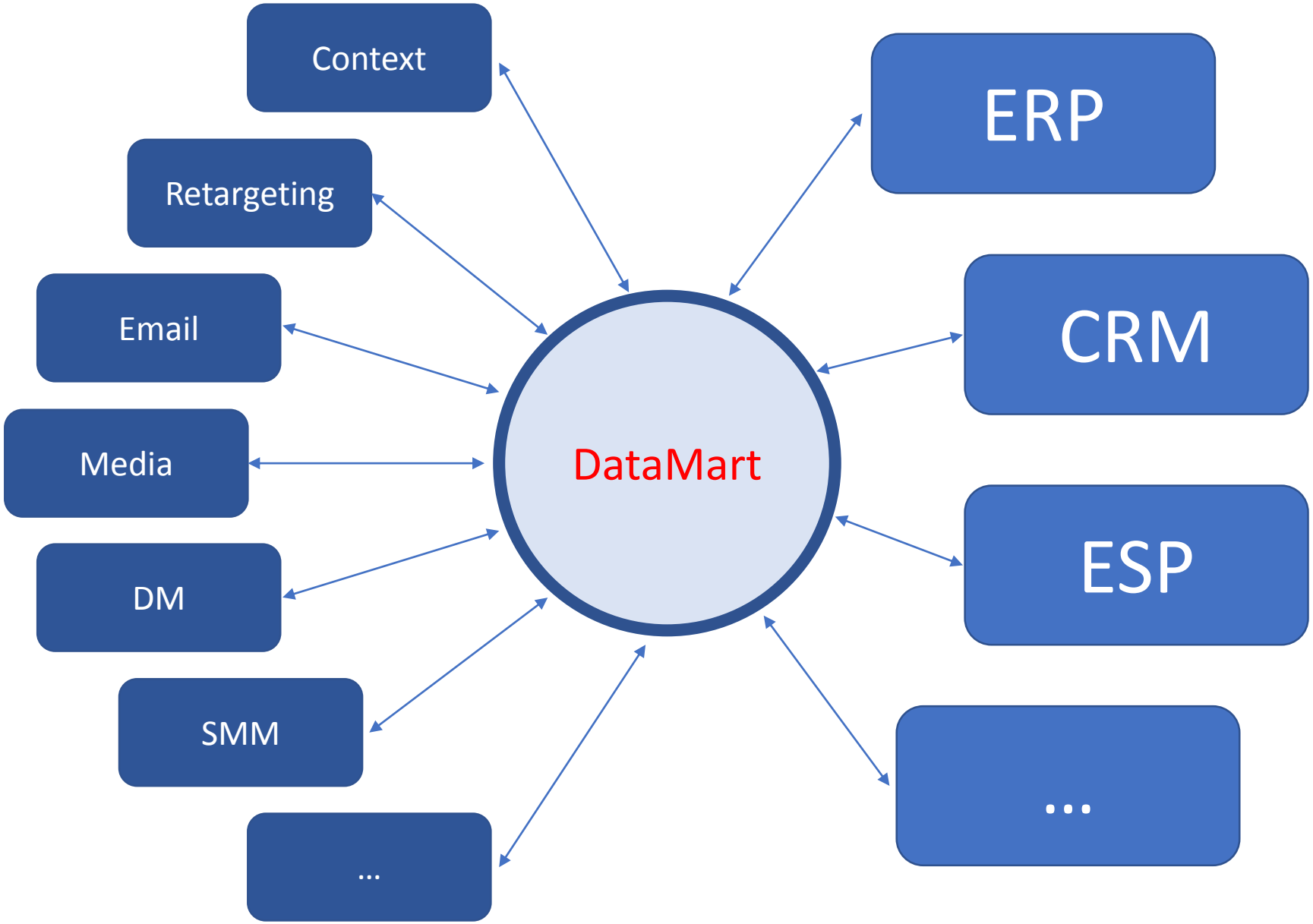
emarsys

DoubleClick by Google

Все данные собираются в одно хранилище

Все каналы управляются централизовано

Коммуникации строятся от дешевых каналов к дорогим



Снаружи

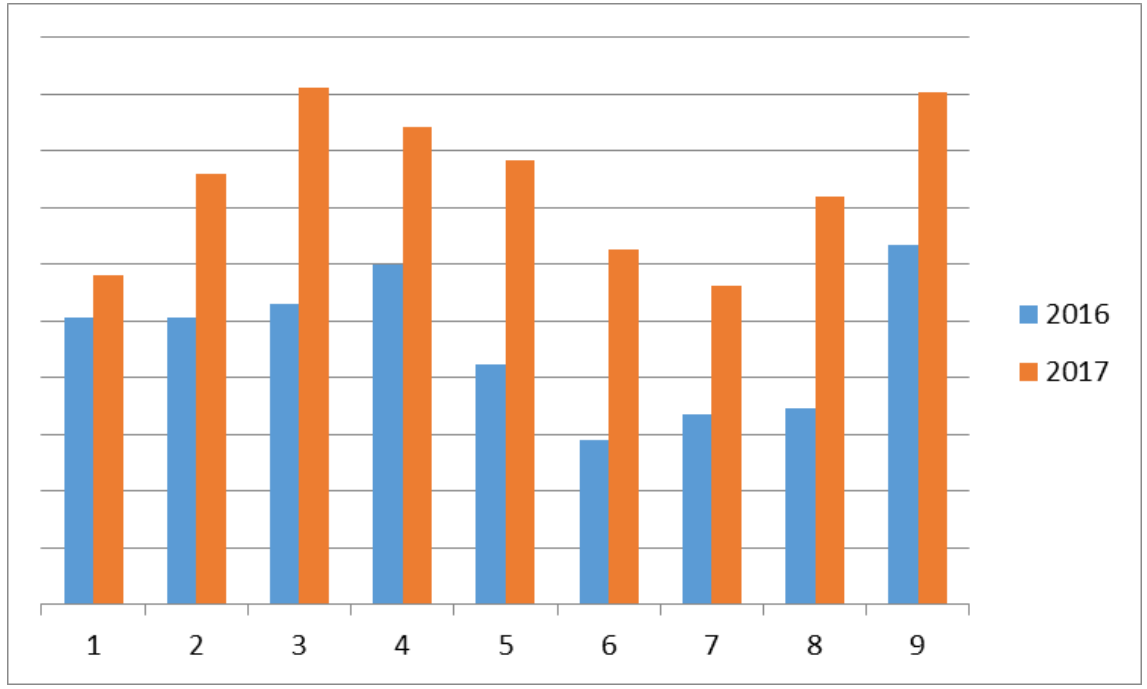
Рост доли ремаркетинга

Тщательное планирование покупок
ведет к удлинению цепочки взаимодействий до конверсии

Рост канала +75% к прошлому году

Цепочки взаимодействий все длиннее, покупатели все осторожнее

Покупатели совершают обдуманные, а не спонтанные покупки, посещая магазины несколько раз для принятия решения.



Акции - время для acquisition?!

Имеет ли смысл делать ставку на новую аудиторию в период новых акций?!

Накануне акции:

Увеличиваем не брендовый контекст	Запускаем медиа, look-a-like

Во время акции:

Активно отправляем email	Повышаем ставки в ремаркетинге

После акции:

Собираем хвост в ремаркетинге

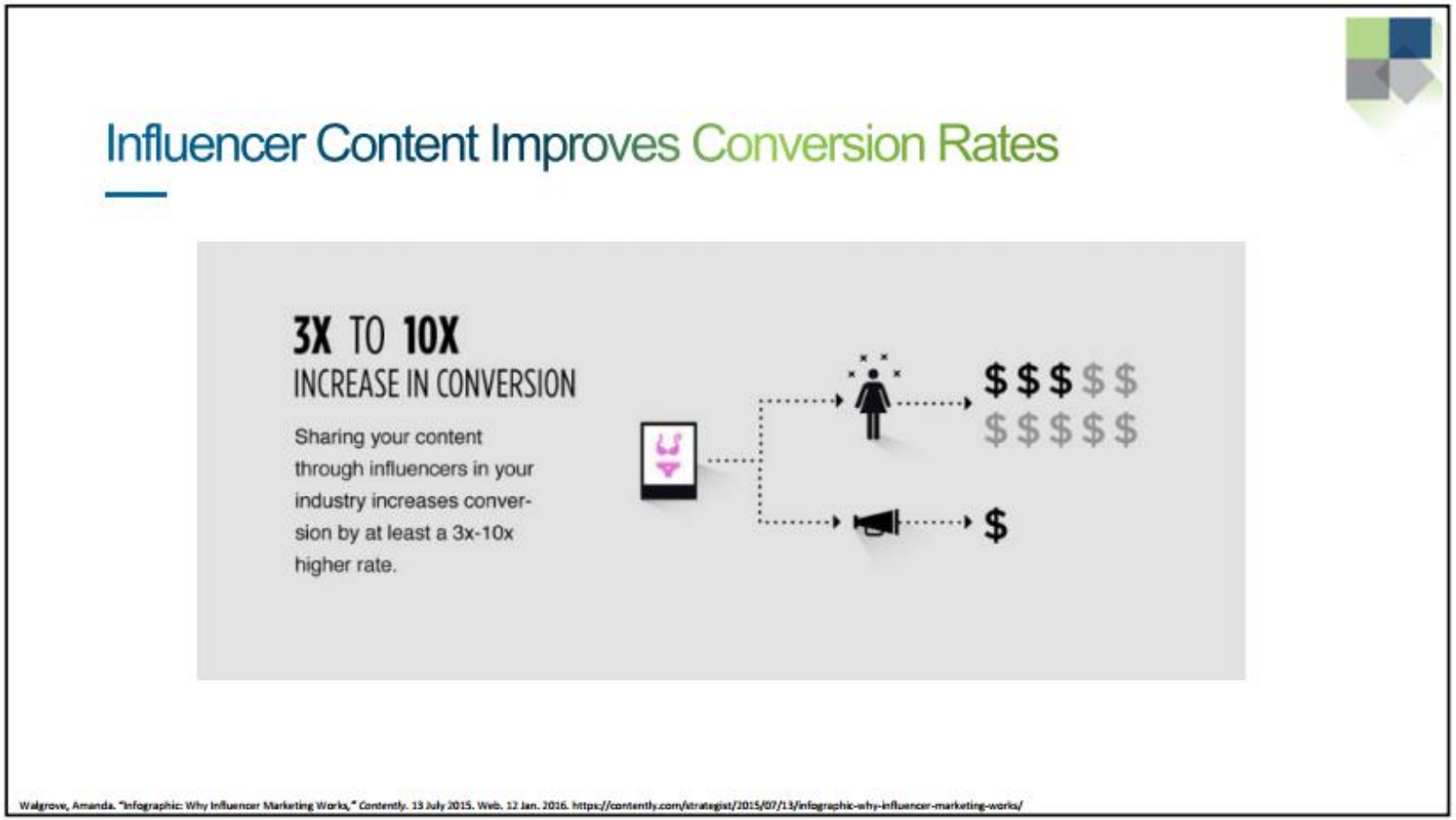
Акции - время для acquisition?!

- увеличение в выручке по каждому каналу;
- рост доли ремаркетинга: акция снимаем часть сомнений пользователей и подталкиваем к покупке;
- прирост в новых клиентах, которые охотнее конвертируются при выгодном предложении;

Изменение канала во время периодов с сильными акциями		
	В выручке	**В новых клиентах**
Context	+88%	+73%
NLT	+73%	-10%
Remarketing	+124%	+64%
SEO	+75%	+73%
CPA	+82%	+61%
Direct	+101%	+40%
Total	+84%	+49%

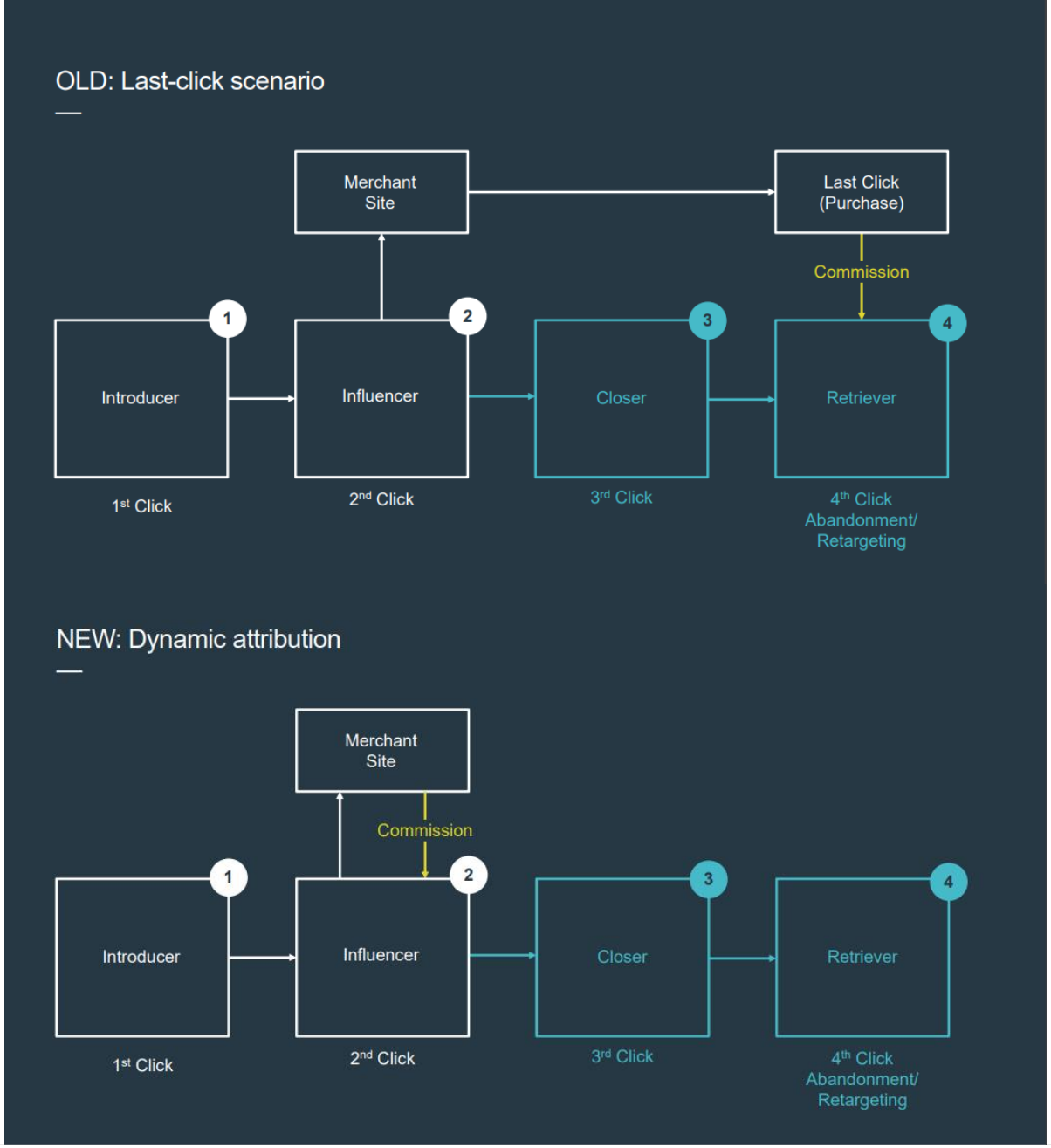
Influencer Marketing

- Один человек/площадка может дать больше, чем целая рекламная компания
- Вы всегда знаете, кто принес заказ, но далеко не всегда – кто привел клиента



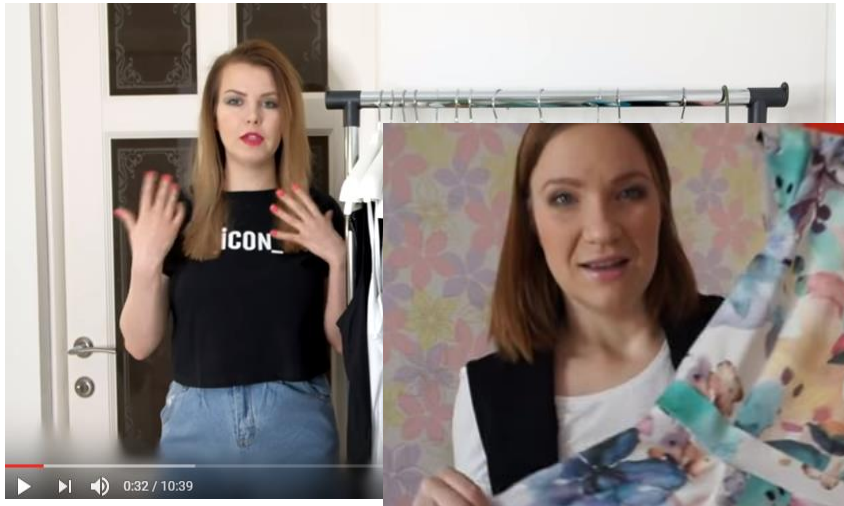
Affiliate Marketing:
эффект микромоментов

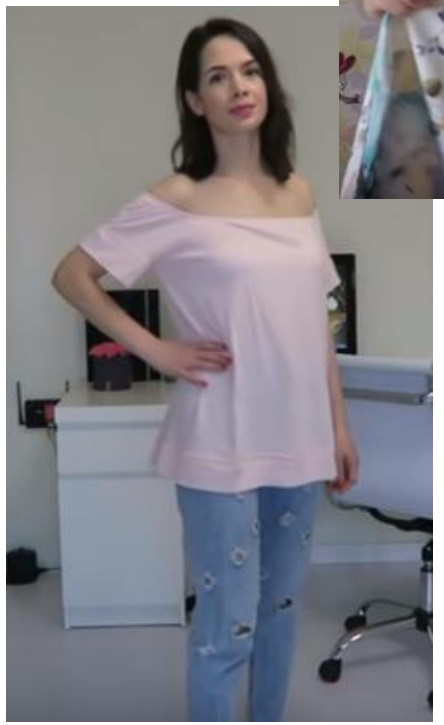
- Основная масса маркетологов сосредоточена на closers и retrievers
- При том, что результат в большей степени зависит от introducers и influencers

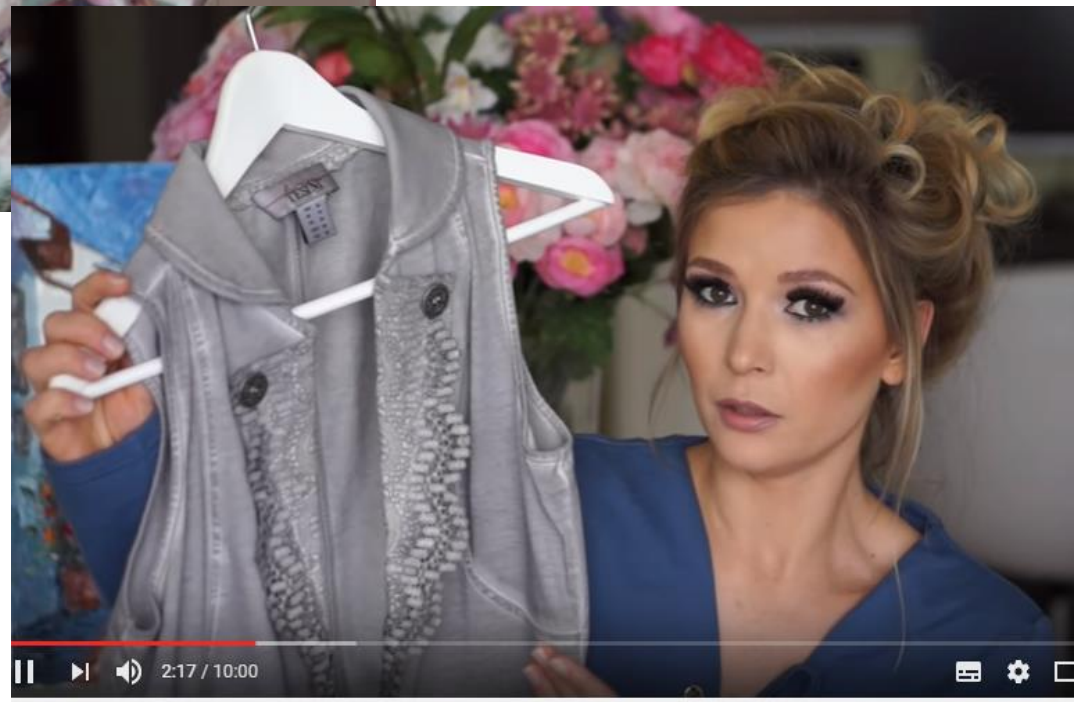


Influencers:

- Стоимость привлечения ниже, чем в «не бренде»
- Более 80% новой аудитории
- Очень высокая конверсия в подписки







Внутри

На примере email маркетинга

1/3 выручки –

email-маркетинг

+10% рост –

от года к году

Все начинается с фундамента: с данных

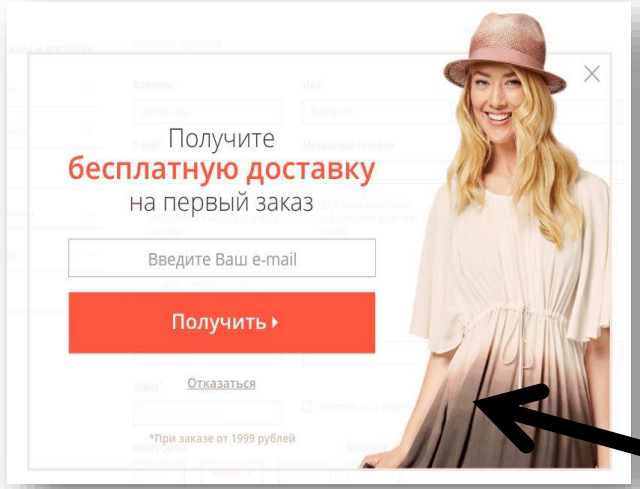
DigitalData

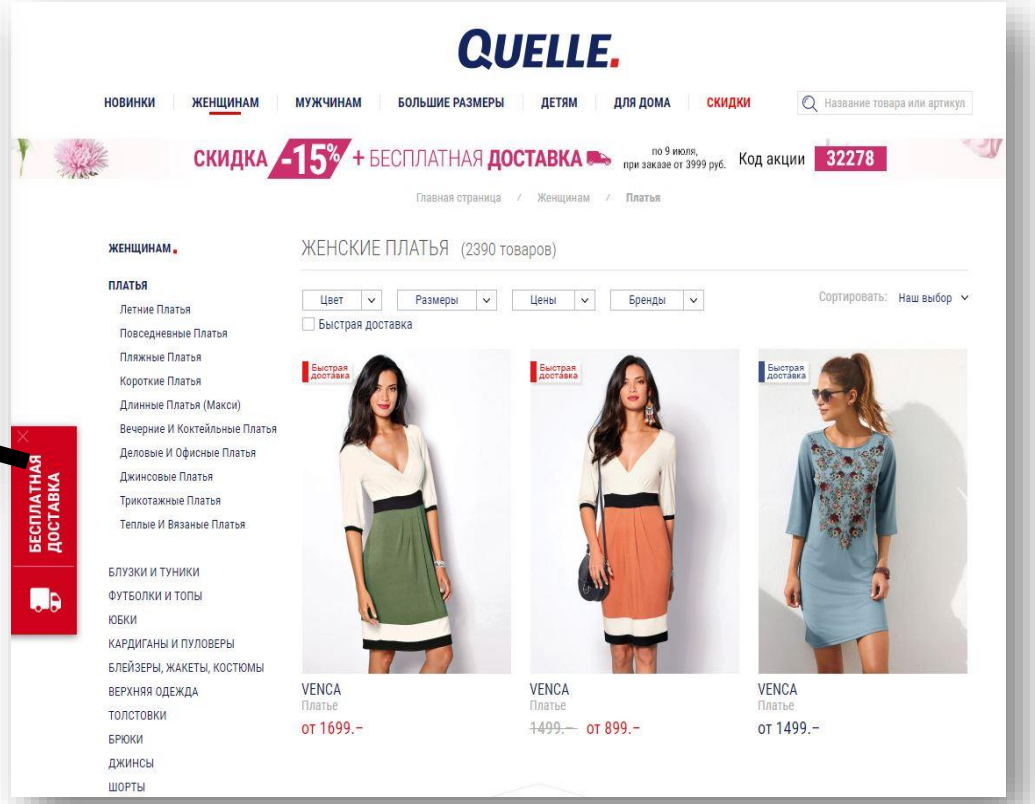
- Вся информация о пользователе
- Информация о странице
- Информация о корзине
- Информация о контексте посещения
- Поведенческая информация
- Real-time события

Не отпустим, пока не узнаем email.

У пользователя всегда должна быть возможность его указать.

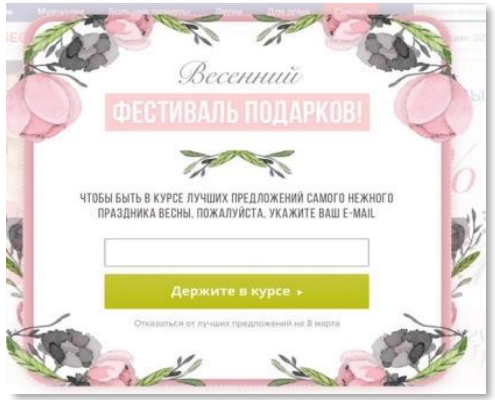
Рост конверсии 35-40%

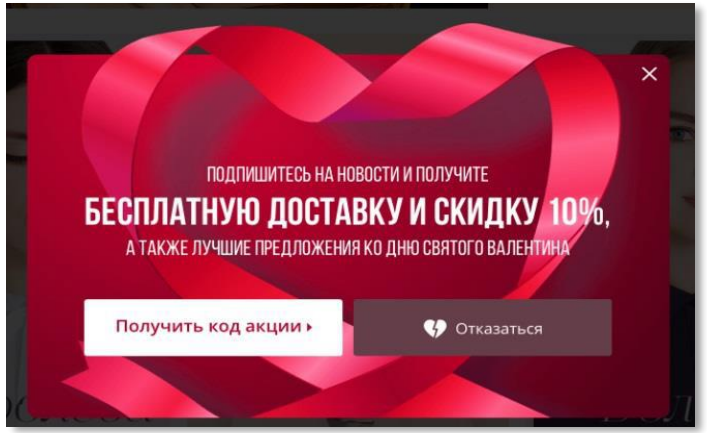




Персонализация сценариев «в нужном месте в нужное время»

Регулярно обновляем креативы и адаптируем сценарии под акции и праздники

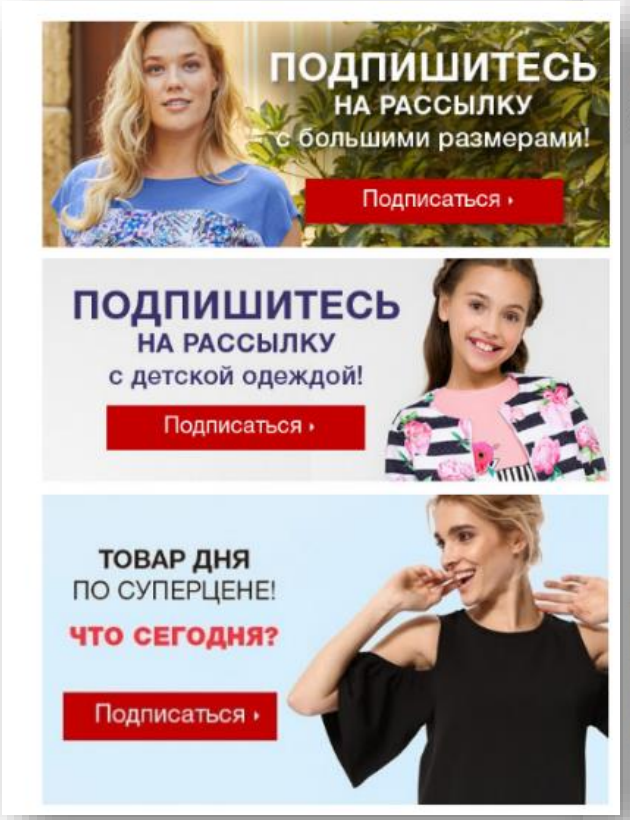


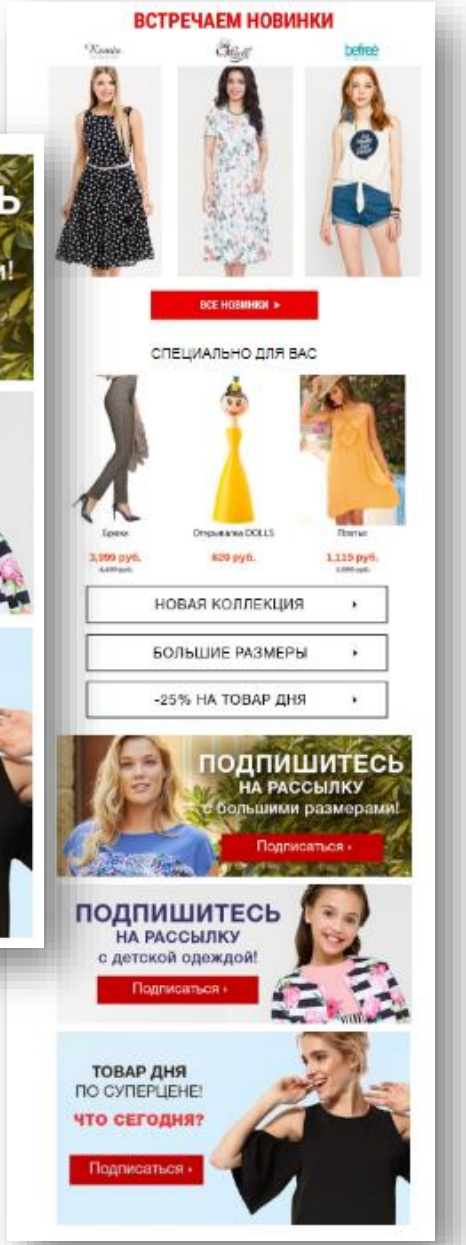


Результат:
*Рост конверсии в подписку до **4** раз!*

Сегментируем клиентов через показ баннеров в общей рассылке

Собираем сегменты через вариативные тематические баннеры: показываем только тем, кто не подписан





Результат:

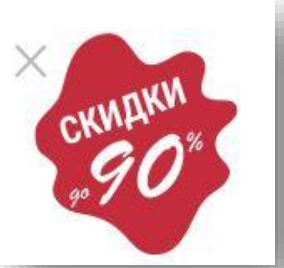
Детский сегмент ***+42%***

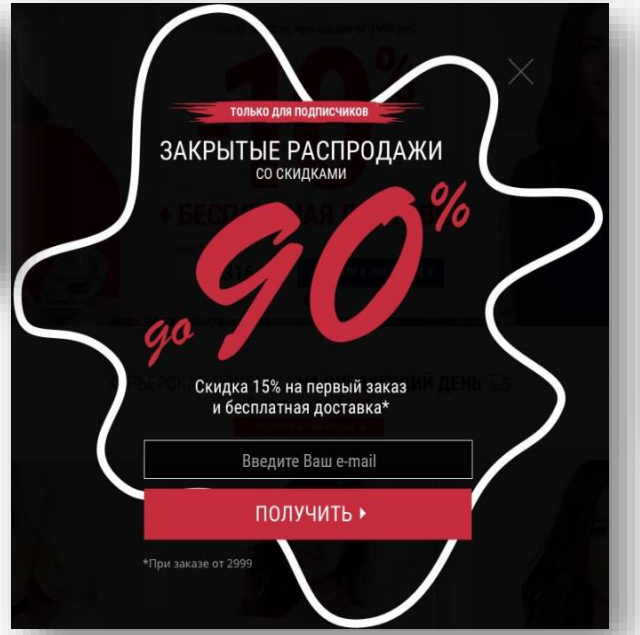
Большие размеры ***+196%***

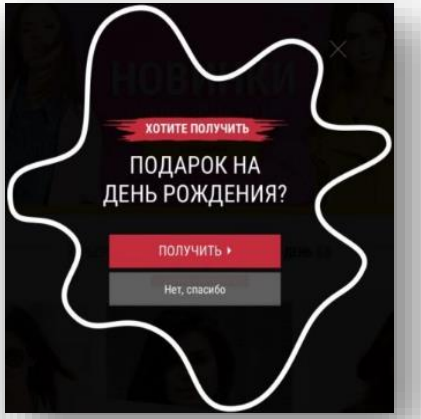
Товар дня ***+184%***

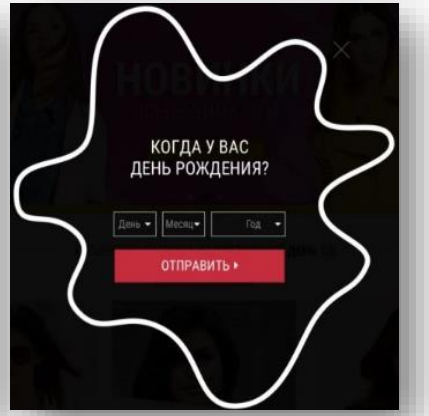
Собираем дополнительные данные,
которые используем в триггерных письмах

- Сразу раскрыли поле с email, сократив первый шаг
- Разбили подписку на несколько шагов





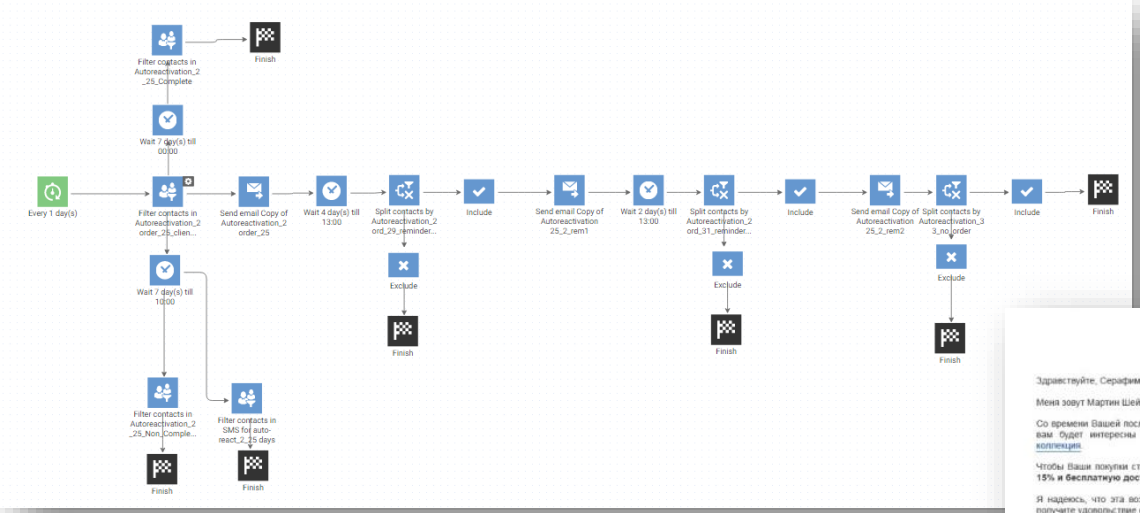


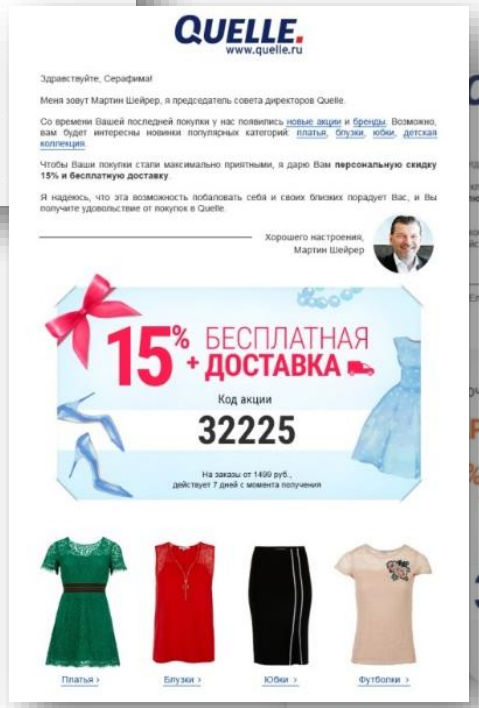


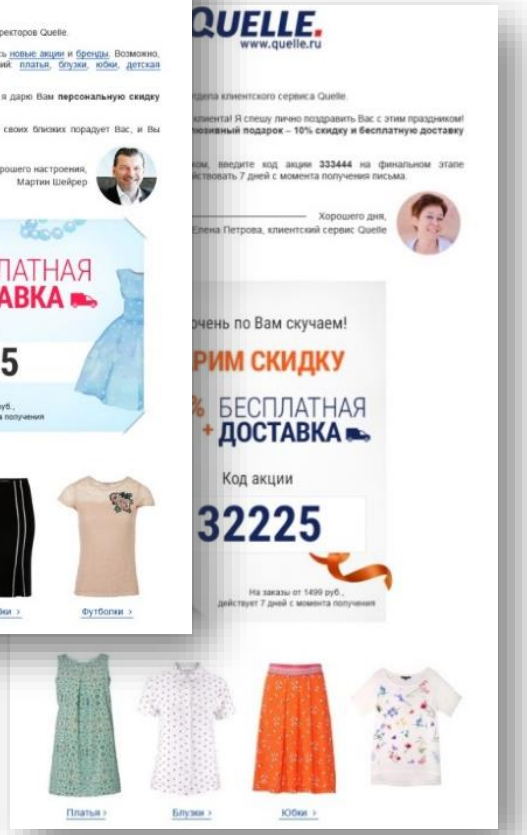
Результат:

50% *заполнивших первый шаг доходят до конца*

Автоматическая реактивация «остывающих» клиентов



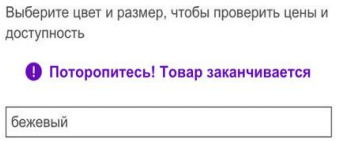
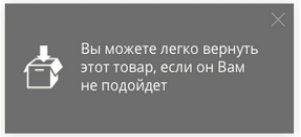
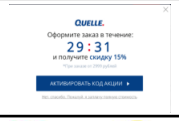
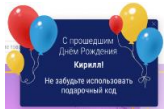




Результат:
*OpenRate - **20,8%***
*VisitRate - **25,6%***
*ConversionRate – **3,29%***

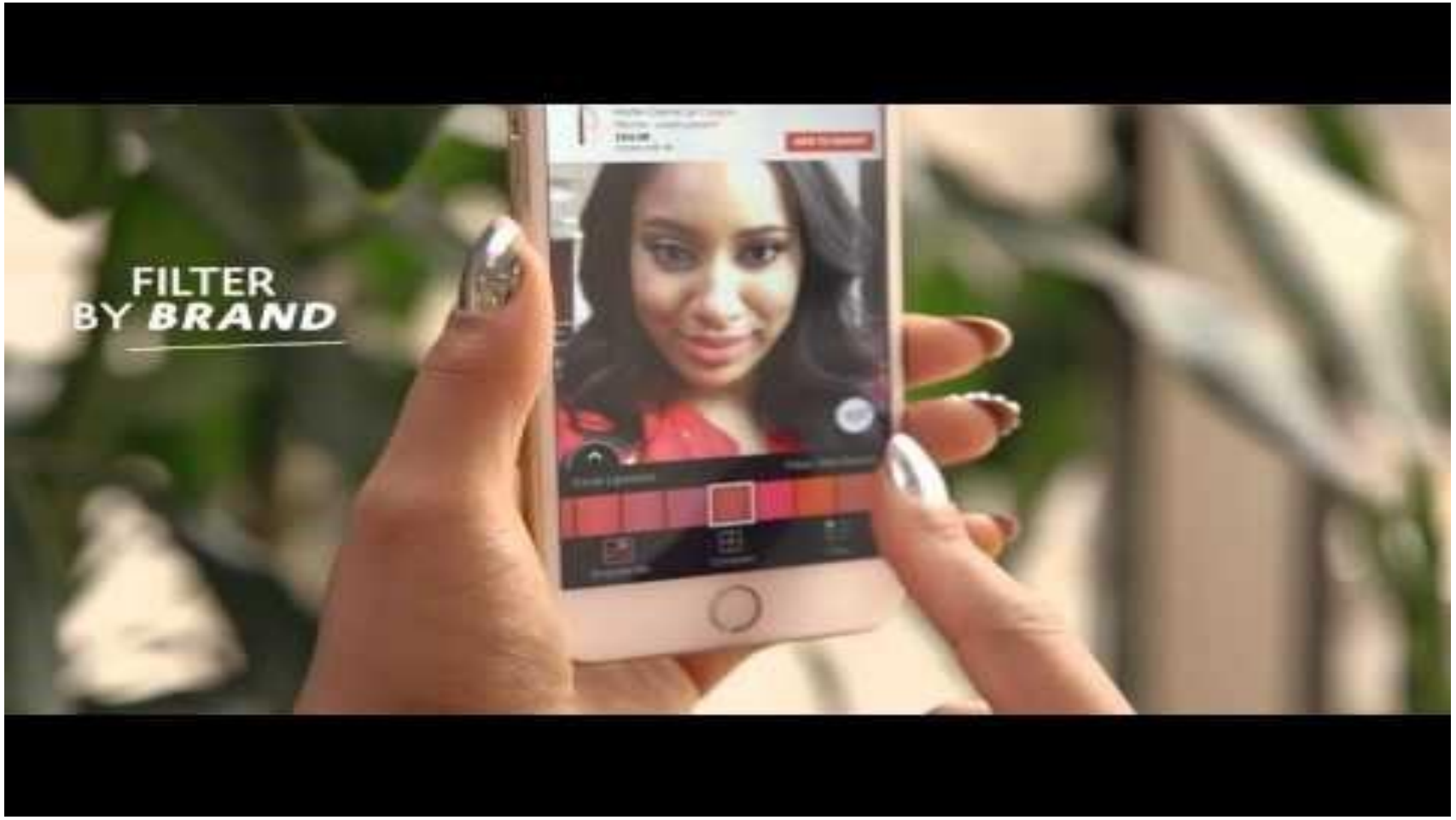
Актуальные сценарии персонализации

- Промо быстрой доставки
- Последний размер
- Борьба с сомнениями
- Рост среднего чека
- Персональные скидки
- День Рождения
- Тест в регионах
- Повышение конверсии
- etc

Scenario name	Design	Group	Data used	Results
Fast delivery		Moscow+Moscow region, before 15-00	Time/region	**-1% in CR, switched off**
Last item left		Visited 1 card more than once	Visits/1 card	**+21% in CR**
Easy return		Visited 1 card more than once	Visits/1 card	**+1% in CR**
AOV increase		>2000 rub and <5500 rub in the basket	Sum in the basket	**No difference in CR, avg AOV around 8000**
Personal sale		>2 visits, no order, goods in the basket, leaving the site	Visits, orders, basket status	**+12% in CR**
Happy Birthday! (3 parts)		7 days before Birthday, Birthday, after Birthday	Date of Birth	**+1% in CR, still testing**
Krasnodar free delivery		Krasnodar region, >500 rub and <3500 rub in the basket	Region, basket status	**No visible effect**
Cold regions with low CR		Mordovia, Chuvashia, Ulyanovsk oblast	Region	**+67% in CR, will be widened**

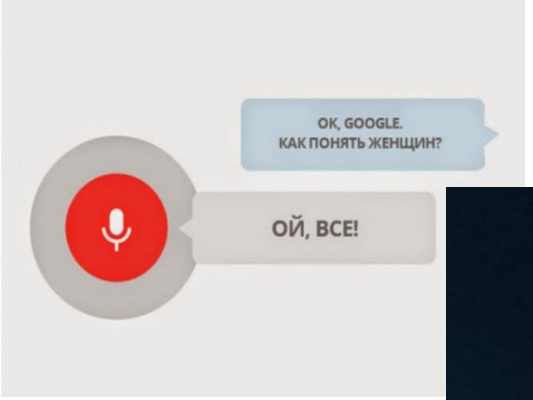
Смотреть в будущее!

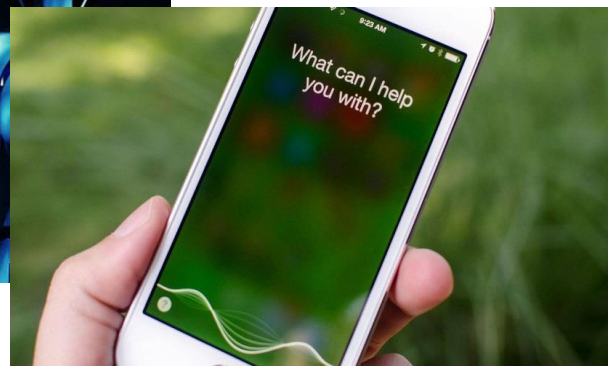
Дополняя реальность



Voice is the 3rd screen or next great interface

- 30% мобильных пользователей в США активно используют голосовых помощников
- В 2016 году через голосовые помощники сделано заказов на более, чем 2 млрд$





Спасибо!

Андрей Осокин
Директор по маркетингу, Quelle

Andrey.Osokin@ottoruss.ru
facebook.com/andrey.osokin

QUELLE.