



MARKETING

Automation krok po kroku

Tekst: Dagmara Plata-Alf

JAKIE INFORMACJE ZAWIERA KARTA KONTAKTU W SYSTEMIE SALESMANAGO?

Podstawowe informacje i scoring. U góry znajdują się dane kontaktowe: imię, nazwisko, adres e-mail, numer telefonu. Litera M w zielonym kółku obok nazwiska kontaktu oznacza, iż jest on monitorowany. Po prawej widnieje scoring, który pozwala nam ocenić zaangażowanie danej osoby i etap, na którym się znajduje. Dzięki temu widzimy od razu, czy mamy do czynienia z zaawansowanym użytkownikiem, czy kimś, kto dopiero zapoznaje się z systemem. Konkretny kontakt możemy znaleźć w systemie, korzystając z wyszukiwarki (pole u góry



Karta kontaktu w systemie SALESmanago

ekranu) bądź wybierając z listy z wykorzystaniem menu po lewej stronie, klikając „CRM”, a następnie „Kontakty”. Poniżej znajduje się szczegółowy profil kontaktu.

Poniżej znajduje się belka z zakładkami, gdzie znajdują się informacje szczegółowe dotyczące zachowania klienta. Ostatnią z zakładek jest „Mobile”, gdzie znajdują się dane z aplikacji mobilnej. Widzimy wśród nich:

- Profil mobilny – dane, które użytkownik podał, logując się do aplikacji.
- Segmenty dynamiczne: Dynamiczne segmenty to grupy użytkowników, tworzone automatycznie przez system APPmanago na podstawie zachowań użytkowników w aplikacji. W praktyce polega to na zdefiniowaniu przez marketera jednego albo więcej warunków dotychczas do segmentu. Zakładamy np., że jeżeli ktoś posiada aplikację Messenger i spędza w naszej aplikacji co najmniej 30 minut tygodniowo, to przypisujemy go automatycznie do segmentu aktywnych użytkowników, którzy korzystają z Messengera. Dzięki temu będziemy mogli potem wysłać dedykowaną, precyzyjną wiadomość do tej grupy.

c) Timeline. Na karcie znajduje się również oś czasu, przedstawiająca działania podjęte wobec danego kontaktu.

d) Statystyki. Karta zawiera też inne przydatne informacje dotyczące zachowania użytkownika w aplikacji. Z boku widzimy daty zainstalowania aplikacji, ostatniego jej uruchomienia oraz czasu spędzonego w niej.

e) Czas spędzony w modułach. Obok znajdziemy wykres obrazujący, ile czasu dany kontakt spędził w poszczególnych modułach aplikacji. To nieoceniona wiedza: dzięki temu wiemy, jakie moduły naszej aplikacji są używane najczęściej, a jakie najrzadziej. Ponadto analiza najczęściej wykorzystywanych modułów sporo mówi o potrzebach indywidualnego odbiorcy.

f) Travel line. Poniżej widzimy lokalizację użytkownika oraz jej zmiany w czasie. 94% użytkowników smartfonów wykorzystuje je do wyszukiwania informacji związanych ze swoim pobytem – np. restauracji w pobliżu. 90% z nich działa zgodnie z pozyskaną informacją. Dzięki synergii APPmanago i SALESmanago możesz wysłać maile czy powiadomienia push odpowiadające lokalizacji użyt-



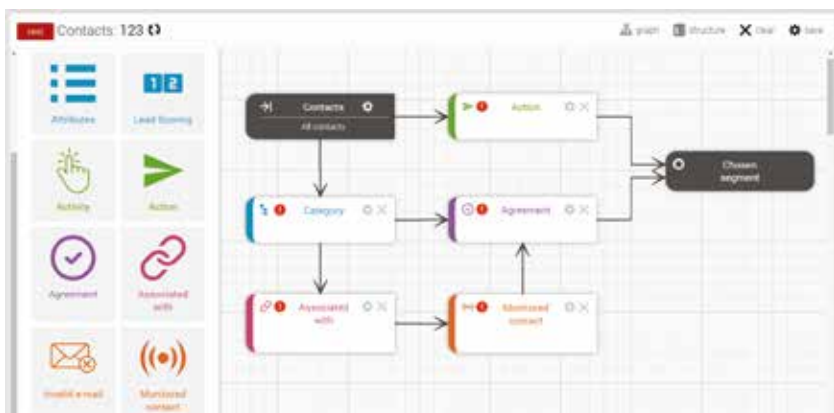
Przypomnij się klientom, którzy dawno nic nie zamawiali, za pomocą automatyzacji w systemie UpMenu



Zbuduj bazę klientów Twojego newslettera za pomocą automatyzacji w systemie UpMenu



Zbuduj swój system lojalnościowy za pomocą automatyzacji w systemie UpMenu



Nowa segmentacja kontaktów pozwala za pomocą metody Drag & Drop wyodrębnić poszczególne grupy kontaktów z bazy klientów [iPresso.pl].

kownika. Ponadto w systemie znajdziesz zebrane informacje o lokalizacji danego kontaktu. Na tej podstawie możemy wydedukować, jaki styl życia prowadzi dana osoba, ile podróżuje i jak pracuje.

Przykłady zastosowania reguł automatyzacji procesów marketingowych w systemie UpMenu

PRZYPOMNIJ SIĘ KLIENTOM, KTÓRZY DAWNO NIC NIE ZAMAWIALI, ZA POMOCĄ AUTOMATYZACJI.

Wejść w Marketing (1.) i wybierz Automatyzacja Marketingu (2.) a następnie Nowa Automatyzacja (3). Wybierz odpowiednią regułę, np. Gdy klient nie zamawiał od jakiegoś czasu (4.), i wybierz działanie, np. To wyślij wiadomość email (5.), a następnie ustaw przedział czasowy (6.).

ZBUDUJ BAZĘ KLIENTÓW TWOJEGO NEWSLETTERA ZA POMOCĄ AUTOMATYZACJI

Wejść w Marketing (1.) i wybierz Automatyzacja Marketingu (2.) a następnie Nowa Automatyzacja (3). Wybierz odpowiednią regułę, np. Gdy klient złożył zamówienie (4.), i wybierz działanie, np. To wyślij wiadomość email (5.), a następnie utwórz maila zachęcającego do zapisu na Twojego newslettera, dodając odpowiedni link (6.). Wszystkich zapisanych klientów będziesz mógł zobaczyć w Baza newsletter (7.).

ZBUDUJ SWÓJ SYSTEM LOJALNOŚCIOWY ZA POMOCĄ AUTOMATYZACJI

Wejść w Marketing (1.) i wybierz Automatyzacja Marketingu (2.), a następnie Nowa Automatyzacja (3). Wybierz odpowiednią regułę, np. Gdy klient zamówił określoną ilość razy (4.), i wybierz działanie, np. To wyślij wiadomość sms (5.), a następnie ustaw liczbę zamówień potrzebnych do realizacji (6.). W ciekawy sposób przyciągnij do swojej restauracji Twojego lojalnego klienta i np. zaoferuj mu rabat jednorazowy albo stały.

SEGMENTACJA KONTAKTÓW W KILKU KLIKNIĘCIACH

Nowa segmentacja kontaktów w systemie iPresso.pl pozwala za pomocą metody Drag & Drop (Przeciągnij i Upuść) w łatwy sposób wyodrębnić poszczególne grupy kontaktów z naszej bazy klientów.

EKSPERCI //



Ewa Wojciechowska

Product Manager, SALESmanago



Anna Muras

Prezes Zarządu, UpMenu



Wojciech Byrski

Account Manager, iPresso.pl