



Los ingresos por correo electrónico del supermercado digital Ztore se dispararon en un 600 %

Cómo impulsan la participación la segmentación y la personalización en tiempo real

Resumen del éxito de Ztore

Ztore quería tratar a los clientes de manera individualizada por correo electrónico, pero la personalización a cargo de personas no resulta escalable. Ztore no iba a poder resolver el problema con más personal; necesitaba mejores herramientas para aumentar la eficiencia de sus equipos de marketing.

Ztore es un supermercado en línea con base en Hong Kong que se destaca de la competencia por ofrecer a sus clientes una manera simple de comprar alimentos y productos básicos para el hogar en línea sin tener que hacer cola en la caja ni cargar las compras hasta su casa. Ofrecen envío a domicilio y retiro en casilleros de productos, muchos de ellos de fabricación local y socialmente responsable, y proporcionan a los clientes opciones de envío de alta flexibilidad.

No obstante, lo que Ztore realmente buscaba era aumentar las tasas de conversión, y mejorar la personalización parecía una excelente estrategia para lograrlo. ¿El problema? Resultaba imposible ejecutar en tiempo real una estrategia orientada a los datos como esta con una cantidad limitada de personal y un número casi infinito de puntos de datos para interpretar.

Cuanto más rápido fluyen los datos, más rápido puede actuar el equipo de marketing de comercio electrónico; cada día se generan más datos de los que las personas pueden procesar manualmente para extraer ideas. Todos los clientes necesitan segmentación y, de ser posible, automatización; la necesidad de precisión aumenta cuanto más se profundiza en un segmento. Calcular todo esto con herramientas analíticas y estadísticas tradicionales era imposible. Ztore buscaba una solución tecnológica que les permitiera escalar este tipo de análisis orientado a los datos.

Enfoque en embudo limitado

Sin herramienta analítica

para conectar datos de venta con correo electrónico y redes sociales

“Emarsys nos ayudó a lograr que la experiencia de cliente sea más fluida para nuestros usuarios. Al personalizar la experiencia en tiempo real, podemos enviar mensajes específicos y personalizados que captan a los clientes en el momento más indicado”.

— Silver Wong, director de productos y marketing, Ztore Hong Kong



El desafío

La competencia con tantas marcas importantes del sector de comercio electrónico puede ser difícil para marcas más pequeñas o regionales, y Ztore no era la excepción. Con empresas gigantes como Amazon, Target y Wal-Mart como dominadoras del sector de compra en línea de alimentos, Ztore necesitaba hacer más atractivas las interacciones con los clientes, pero la escalabilidad de la segmentación y los mensajes personalizados de correo electrónico necesarios para lograrlo estaba fuera del alcance de Ztore. Solo necesitaban una solución tecnológica que fuera fácil de usar y potente en materia de escalabilidad.

Personalice las interacciones de cada cliente



Un desafío claro era aumentar la tasa de conversión de Ztore. Las altas tasas de conversión indican que se está conectando con los clientes en el momento indicado y con el mensaje correcto. En vez de enviar lotes de mensajes genéricos por correo electrónico que no están destinados con precisión a los productos o las etapas de la experiencia del cliente, la primera medida de personalización de Ztore fue incluir contenido de correo electrónico con el que los clientes individuales pudieran identificarse. No obstante, dado el repentino aumento de los datos entrantes al sistema a cada segundo, el equipo de marketing de Ztore no podía analizar los datos de clientes con la rapidez suficiente como para reaccionar en tiempo real.

Segmente a los clientes en cada etapa del embudo



Ztore tenía un problema común: no tenía una herramienta analítica todo en uno para diseñar mensajes de correo electrónico e incluir contenido que resultara atractivo para clientes en distintas etapas del embudo de ventas y en los momentos más propicios para recibir una respuesta de dichos clientes. La cantidad de personal necesario para realizar este tipo de segmentación sencillamente no era rentable. Por ende, al margen de la segmentación manual compleja con plazos acotados, todas las campañas debían ser masivas, generales y orientadas a captar nuevos clientes en el embudo de ventas.

Ejecute campañas más rápido



Cuando la tarea de crear y lanzar campañas supera la capacidad del equipo de marketing, es hora de tomar decisiones: ¿se debe lanzar una campaña masiva en su estado actual? ¿O se la debe acotar para orientarla a los clientes que desea captar? Sin importar la cantidad de miembros de su equipo, nunca podrá alcanzar el nivel de segmentación necesario para dirigirse a todos los clientes con contenido preciso y orientado a su posición en el embudo de ventas.

La solución

La solución que Ztore buscaba debía mejorar ampliamente su capacidad para dirigirse específicamente a clientes individuales, por lo que sería ideal encontrar un socio que pudiera proporcionar no solo la herramienta específica para crear y administrar campañas automatizadas por correo electrónico, sino también una plataforma de análisis de datos en tiempo real. Aquí entró en juego Emarsys.



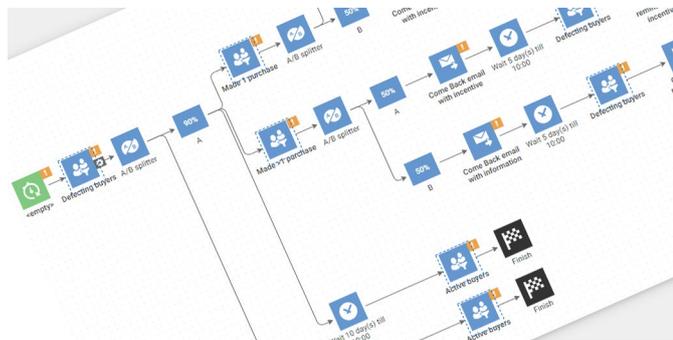
Una plataforma compatible con la segmentación

Para maximizar la precisión de los mensajes personalizados, Ztore buscaba una plataforma que incluyera segmentación de clientes en tiempo real. Esto aumentó la precisión de los mensajes personalizados iniciales y los mensajes personalizados posteriores. Ztore descubrió rápidamente que la capacidad de actualizar los segmentos antes del envío masivo por correo electrónico era muy útil para su programa de mensajería electrónica directa. Tanto los criterios de contacto como la herramienta de análisis de datos Smart Insight eliminaron el proceso complicado de segmentación con herramientas estadísticas toscas, además de aportar más flexibilidad a Ztore en las maneras en que quieren dividir a los destinatarios.



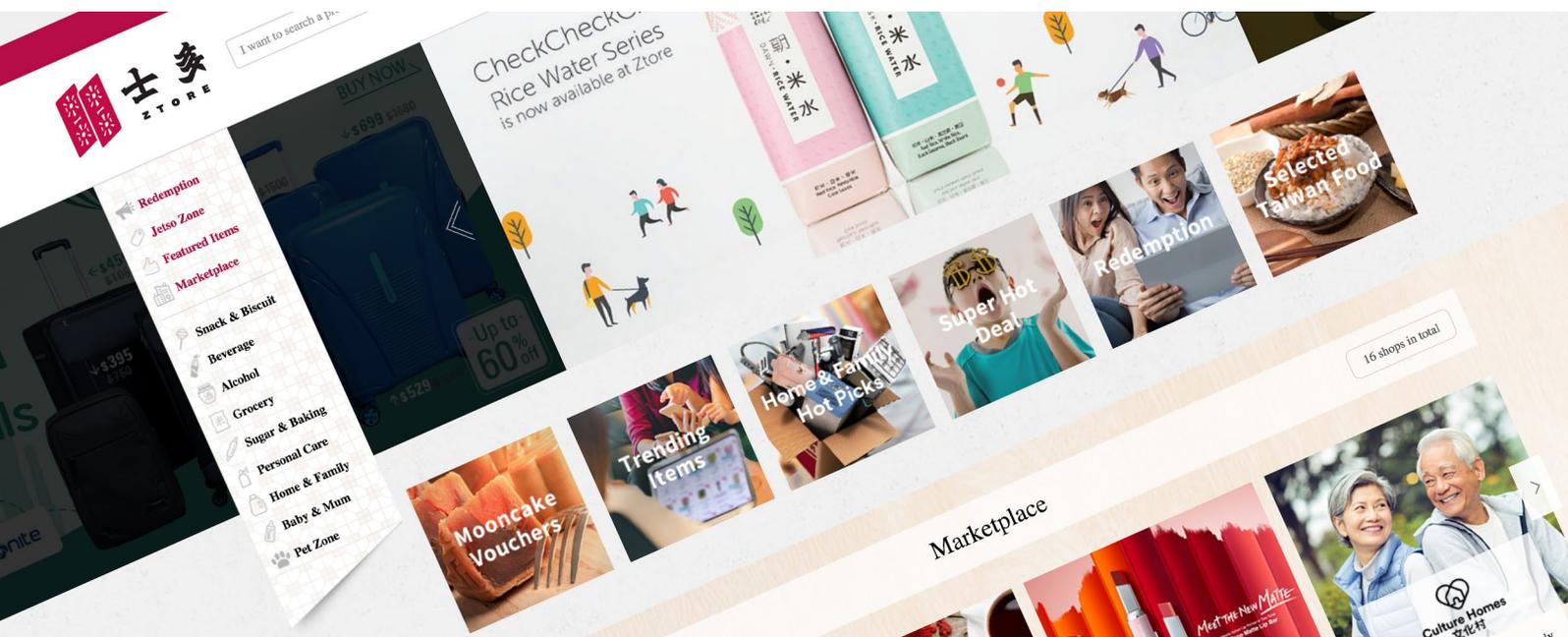
Correo electrónico personalizado con mucha mayor precisión

La personalización requiere más datos de los que las personas pueden recabar de manera oportuna, y Ztore sabía lo importantes que serían los campos personalizados para el boletín mensual que enviaban a los clientes de su programa de clientes fieles. Una herramienta destacada de Emarsys es Email Recommender, que Ztore usó para sugerir los productos más apropiados para sus miembros. Otra herramienta, Automation Center permitió que Ztore use anuncios por SMS y CRM como mensajes personalizados adicionales, una función que ningún otro proveedor ofrecía, lo que demostró mucha eficacia para reactivar usuarios que habían optado por cancelar los mensajes.



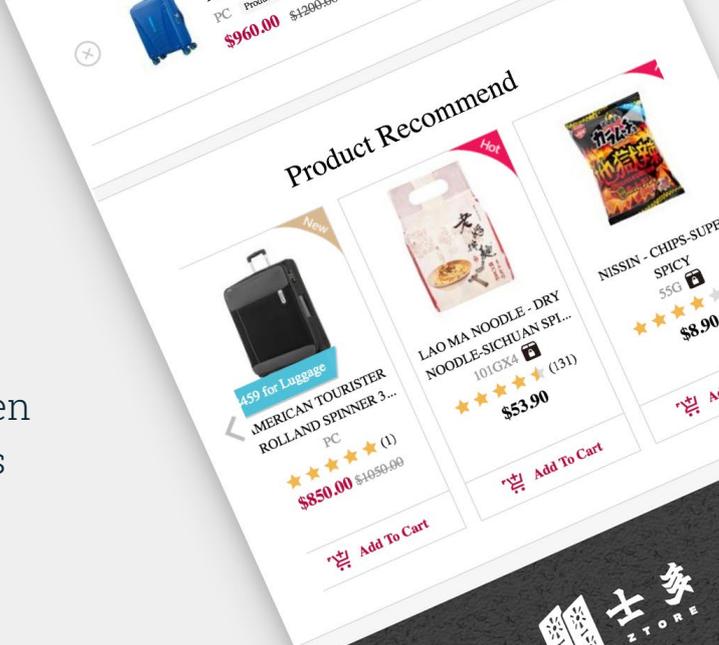
Mayor eficiencia del equipo de marketing

Además de mejorar la experiencia de los clientes mediante la personalización, la plataforma de Emarsys le proporcionó a Ztore un método de trabajo más estratégico para su equipo de marketing, y Automation Center le aportó esa capacidad a la marca. La automatización de campañas de correo electrónico llevaba mucho menos tiempo y esfuerzo que tener que configurar campañas por separado todos los días. La automatización también le aportó a Ztore alta flexibilidad para diseñar planes de acción para sus clientes en todas las etapas de experiencia de cliente.



“Los resultados fueron incluso mejores de lo que esperábamos. El Recomendador de correo electrónico ha reducido drásticamente el plazo de creación de campañas por correo electrónico. Ahora tenemos varios programas automatizados en ejecución, y aún podemos enviar campañas personalizadas sin problemas”.

— Silver Wong, director de productos y marketing, Ztore Hong Kong



Los resultados

Tras un año con Emarsys, las campañas por correo electrónico de Ztore ya están funcionando maravillosamente bien, ya que las funciones de segmentación y automatización le aportan a la marca muchas maneras de personalizar sus mensajes, además de liberar al equipo de marketing para que se ocupe de la planificación más estratégica.

El crisol de la implementación

El primer desafío de Ztore era sincronizar sus datos con la plataforma de marketing de Emarsys, un proceso complicado; a medida que el equipo de implementación de Emarsys trabajaba con la marca para resolver cada problema, Ztore notó que sus inquietudes se atendían y resolvían más rápido que con otros proveedores. Ztore nunca tuvo que esperar días a que el equipo de soporte se pusiera en contacto. Una vez que Ztore se familiarizó con las herramientas, sabían que habían tomado la decisión correcta al elegir a Emarsys.

Personalización más precisa

La solución de Emarsys permitió que Ztore divida a los destinatarios en segmentos como nunca había podido antes. La herramienta CRM Ads permitió que Ztore se dirija a clientes específicos según su reacción al correo electrónico en Facebook y Google. Ztore también pudo determinar el porcentaje de los clientes que podrían contactarse por estas plataformas, lo que facilitó mucho el cálculo del tamaño del grupo objetivo. El monitoreo del rendimiento también era más práctico y permitió que Ztore monitoree las tendencias en tiempo real.

6 veces más crecimiento de ingresos por correo electrónico en menos tiempo

Las conversiones demuestran que su mensaje llegó a las personas correctas. Mediante Automation Center, Ztore obtuvo un enorme aumento del 20 % en las conversiones y un increíble aumento del 600 % en los ingresos por correo electrónico. Además, todo esto se logró con una reducción considerable del tiempo que pasa el equipo de marketing de Ztore desarrollando campañas y monitoreando su rendimiento.

+600 %

en ingresos por correo electrónico

+20%

en tasa de conversión

+22 % a 25 %

en tasas abiertas



La palabra “Shi-duo” (tienda de Hong Kong) es un préstamo del inglés “Store” (tienda). Un Shi-duo tradicional es una tienda pequeña y simple, pero ofrece una amplia línea de productos con un fuerte enfoque en los clientes regionales. En el pasado, las tiendas Shi-duo prestaban servicios al cliente, como pedidos anticipados, envíos y venta a crédito. Los activos más valiosos de las tiendas Shi-duo son la amabilidad y la voluntad de ayudar, algo que no es tan fácil de experimentar en los supermercados gigantes de la actualidad.

La misión de Ztore es preservar y evolucionar un tipo similar de servicio personalizado con la ayuda de la tecnología moderna, con el fin de proporcionar a los clientes una solución integrada. Ztore.com ofrece una experiencia de compra en línea impecable, donde los clientes pueden disfrutar de los métodos de compra más rápidos y convenientes en una plataforma de compra en línea más rentable y ágil, con un servicio de envíos de alta calidad. Para obtener más información, visite ztore.com.



Emarsys es la mayor empresa independiente de plataformas de marketing del mundo. Nuestro software permite que los vendedores y los clientes tengan interacciones individuales y verdaderamente personalizadas en todos los canales, lo que aumenta la lealtad, enriquece la experiencia del cliente y aumenta los ingresos. Esto permite que las empresas amplíen las decisiones y acciones de marketing mucho más allá de las capacidades humanas.

Desde 2000, Emarsys ha ayudado a más de 2200 marcas en más de 70 países a conectarse con 3000 millones de clientes de todo el mundo. Cada día, enviamos más de 350 millones de interacciones personalizadas por correo electrónico, telefonía móvil, redes sociales y sitios web, lo que genera millones de eventos de compra diarios en nuestro software. Obtenga más información en emarsys.com.