



MARKETING TIPS

**RETENTION MARKETING:
LA LEVA PER ACCRESCERE
LA TUA CIFRA D'AFFARI.**



RFMcube

Rendi più Semplice il tuo Marketing.





MARKETING TIPS

Far funzionare un Ecommerce non è un gioco da ragazzi. Dopo tanto lavoro di concept, strategia e messa in opera della piattaforma, manca ancora il tassello fondamentale:

IL CLIENTE.

Cammina, cammina, il nostro amato cliente giunge a noi da vari e articolati passaggi, compiendo un percorso chiamato **CUSTOMER JOURNEY.**



RFMcube

Rendi più Semplice il tuo Marketing.



IL NUOVO ARRIVATO...



Lo so che hai speso tanto per farmi atterrare sul tuo Ecommerce, ma non sono sicuro di essere il cliente giusto per te...

Questo nuovo cliente non ci conosce. **Abbiamo pagato il suo contatto dalle cinque alle sette volte in più rispetto al costo di mantenimento di clienti che già acquistano da noi.**



RFMcube

Rendi più Semplice il tuo Marketing.

IL RICORRENTE...



Siamo sulla stessa linea d'onda.
Il tuo Ecommerce è musica
per le mie orecchie.
Rappresenta il mio approdo
sicuro per acquistare online.

Questo cliente ci conosce bene.
I clienti che hanno già acquista-
to su un Ecommerce riacquiste-
ranno **una seconda volta nel
27% dei casi ed una terza col
50% di probabilità.**



COS'E' IL RETENTION MARKETING? E COME PUO' ACCRESCERE LA NOSTRA CIFRA D'AFFARI?



RFMcube

Rendi più Semplice il tuo Marketing.



UN VERO TESORO!



Qualunque attività volta a riconoscere valore ai clienti che già acquistano sul tuo Ecommerce è un'iniziativa di **RETENTION MARKETING**.

L'obiettivo fondamentale è **quello di custodire i propri clienti, tenendoli agganciati** grazie ad iniziative che li fanno sentire coccolati e riconosciuti.



Dato che il costo di acquisizione è di gran lunga superiore al costo di mantenimento dei clienti ricorrenti, il **Retention Marketing** permette di ottenere importanti risultati sulla cifra d'affari a costi contenuti.

Gli investimenti in acquisizione non vanno dismessi completamente, ma integrati con il **Retention Marketing**.





MARKETING TIPS



QUESTIONE DI CIFRA.

L'Harvard Business School ha condotto degli studi su diversi Ecommerce ed ha dimostrato che solo accrescendo l'attività di Retention del 5% sul proprio store online, permette di ottenere crescita fino al 95% sulla cifra d'affari.

Ok, ma come iniziare a fare Retention Marketing?

Come posso contattare direttamente i clienti che già acquistano sul mio Ecommerce per omaggiarli, nutrirlti e sorprenderli?

Come possiamo scoprire chi sono questi clienti e quanto e quando acquistano sul nostro store online?



RFMcube

Rendi più Semplice il tuo Marketing.



7/10



SEGMENTARE IS DIFFERENTE TO SPAMMARE...

Lo strumento privilegiato per mantenere una comunicazione personalizzabile e diretta con i clienti di Ecommerce è **l'Email Marketing.**

Con un solo click si possono inviare grandi quantità di campagne, attirare la loro attenzione, informare e promuovere novità e offerte.

Questi strumenti rischiano di risultare inefficaci o, ancor

peggio, **possono generare malcontento tra i nostri utenti e farli fuggire se non passano prima per il rastrello della segmentazione.**

Quali step seguire per segmentare il tuo pubblico ed implementare la leva del Retention Marketing?





MARKETING TIPS

1. PROFILA.

Collega il tuo Ecommerce ad una piattaforma come RFM Cube, che ti **permetta di analizzare tutto lo storico clienti** e che ti dia la libertà di **spacchettare i dati** rispetto a differenti variabili, per **disegnare il comportamento tipo** dei tuoi clienti.



2. SEGMENTA.

Dopo aver analizzato il comportamento tipo dei tuoi clienti, **isola i segmenti più rilevanti in relazione ad essi.** Puoi suddividerli in base alla frequenza di acquisto, all'importo medio di spesa, a tempo di inattività, ecc... **Identifica un segmento di clienti VIP** e ragiona su come premiarli e come spingere gli altri utenti a diventare VIP.



Rendi più Semplice il tuo Marketing.



MARKETING TIPS

3. COMUNICA.



Sfrutta l'integrazione tra RFM Cube e la tua piattaforma di Email Marketing per comunicare con i segmenti creati.

Sii coerente ed invia comunicazioni utili agli utenti.

Riconosci il valore a chi è fedele e spingi chi non lo è a diventarlo.

4. CONFRONTA.



Confronta il tasso di Retention Rate ogni tre mesi per valutare la qualità del lavoro che stai svolgendo sui tuoi clienti ricorrenti.

In RFM Cube trovi l'andamento del Retention Rate aggiornato quotidianamente in dashboard.



RFMcube

Rendi più Semplice il tuo Marketing.

HAI TUTTO IL NECESSARIO PER INZIARE A SVILUPPARE IL RETENTION MARKETING PER IL TUO ECOMMERCE?



RFMcube

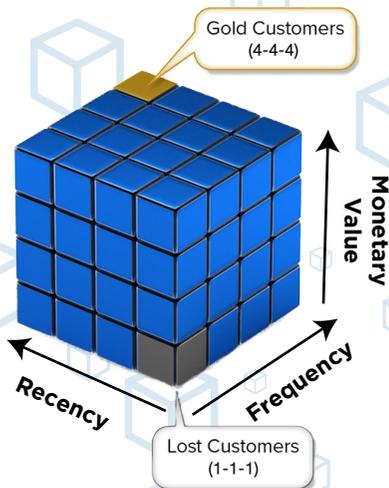
Rendi più Semplice il tuo Marketing.



MARKETING TIPS

VUOI PROFILARE I TUOI CLIENTI?

PROVA
GRATIS
RFM CUBE



RFMcube

Rendi più Semplice il tuo Marketing.