

Dale poder a tus clientes con la ruleta de la suerte

Dale poder a tus clientes con la ruleta de la suerte

Durante períodos de ventas destacados como el Black Friday, todos los eCommerce están luchando por ofrecer los mejores descuentos a sus clientes. ¿Por qué deberían visitar tu tienda en lugar de la de tu competencia? ¿Qué puedes hacer para captar la atención de tu audiencia cuando visiten tu sitio web?

Geotelecom, partner de Connectif y experto en Data First marketing viene al rescate con una estrategia innovadora de personalización según el RFM en forma de una "ruleta de la suerte" para conectar con todos tus clientes y hacer que sientan el poder de sus descuentos en sus manos.

Si quieres destacar durante esta temporada de ventas y ofrecer algo extra a tus clientes, sigue leyendo los consejos de Geotelecom para alcanzar tus objetivos de crecimiento de tu base de datos y al mismo tiempo impulsar las compras de tus clientes más leales.



El RFM en el Marketing Automation es la guía que nos conduce al éxito. Podemos crear estrategias personalizadas gracias a la capacidad de entender quiénes son los **clientes más recientes**, más **frecuentes**, los que han **comprado** y **gastado** más... Todo este conjunto de datos maximizan los resultados de nuestras campañas en Black Friday.



Mónica Monge
Account Manager
Marketing Automation
Geotelecom

Dale poder a tus clientes con la ruleta de la suerte



El poder de una ruleta de la suerte

Con la ruleta de la suerte, puedes ofrecer una experiencia única y personalizada a todos los visitantes de tu sitio web durante el Black Friday y al mismo tiempo lograrás una amplia gama de beneficios para tu eCommerce.

Los expertos de Data First recomiendan definir diferentes acciones según el valor RFM de cada usuario. Por ejemplo, puedes pedir a los usuarios anónimos que proporcionen su correo electrónico para recibir un descuento, lo que te ayudará a aumentar tu lista de contactos.

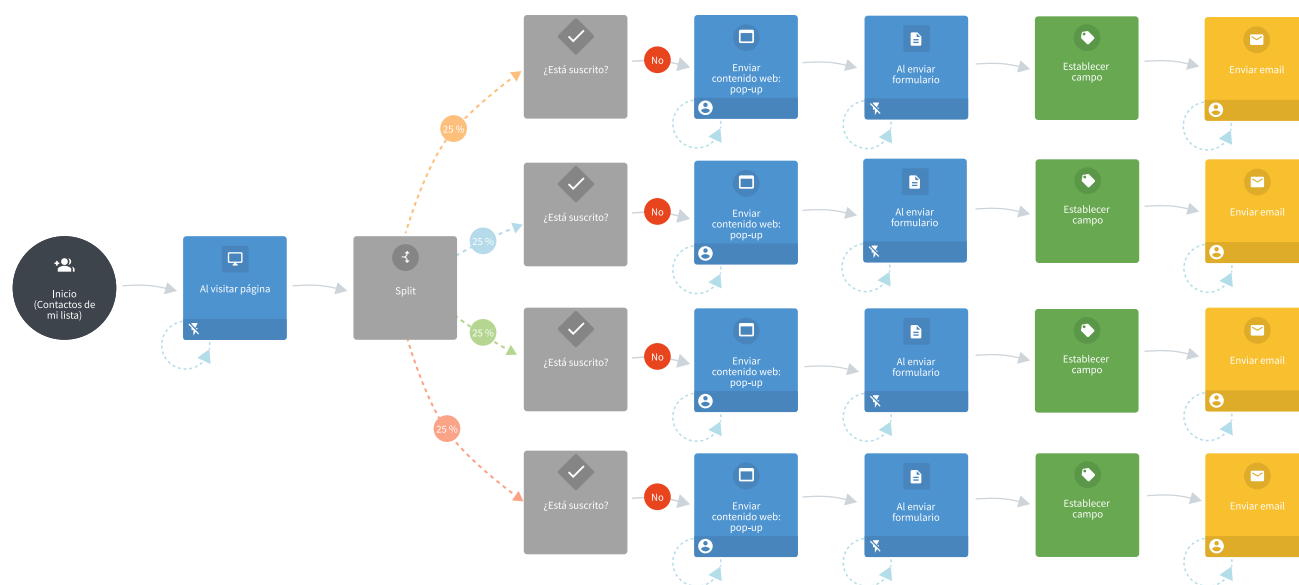
En cambio, para los clientes recurrentes, podría tratarse de un código para el envío gratuito si gastan una cantidad mínima, lo que a su vez te ayudará a aumentar el valor promedio de las ventas en Black Friday.

Aquí tienes un ejemplo de la ruleta de la suerte diseñada por Geotelecom para darte una idea de lo sencillo (y lo bonito) que es lograr múltiples objetivos mientras entretienes a tus compradores del Black Friday con una experiencia divertida y llena de premios.

Dale poder a tus clientes con la ruleta de la suerte

Workflow para lanzar una ruleta de la suerte personalizada

En este workflow, puedes ver cómo Geotelecom creó la ruleta de la suerte para los visitantes con un bajo valor RFM. Utilizando el nodo de "Split" de Connectif, se muestran a los visitantes diferentes versiones de la ruleta con distintos premios utilizables durante el Black Friday. Este workflow se puede replicar para cualquier tipo de audiencia para alcanzar cualquier objetivo, durante el Black Friday y más allá.



¡Y es así de simple! Gracias a esta estrategia recomendada por Geotelecom, puedes realizar campañas similares adaptadas a todo tipo de clientes, temáticas y objetivos comerciales.

¿Quieres probar Connectif durante 30 días?

Pide tu demo