

A decorative graphic featuring the text 'C2022' in a large, bold, white sans-serif font. To the left of the text are three small white stars of varying sizes. To the right are three short white diagonal lines and a larger white asterisk-like star. A long, thin, white curved line arches underneath the text.

C2022

Dal 3 al 6 ottobre,
solo su Learnn.

Automazioni e campagne stagionali

Ottimizza i risultati del tuo
Black Friday

Learnn



Jessica Franceschini

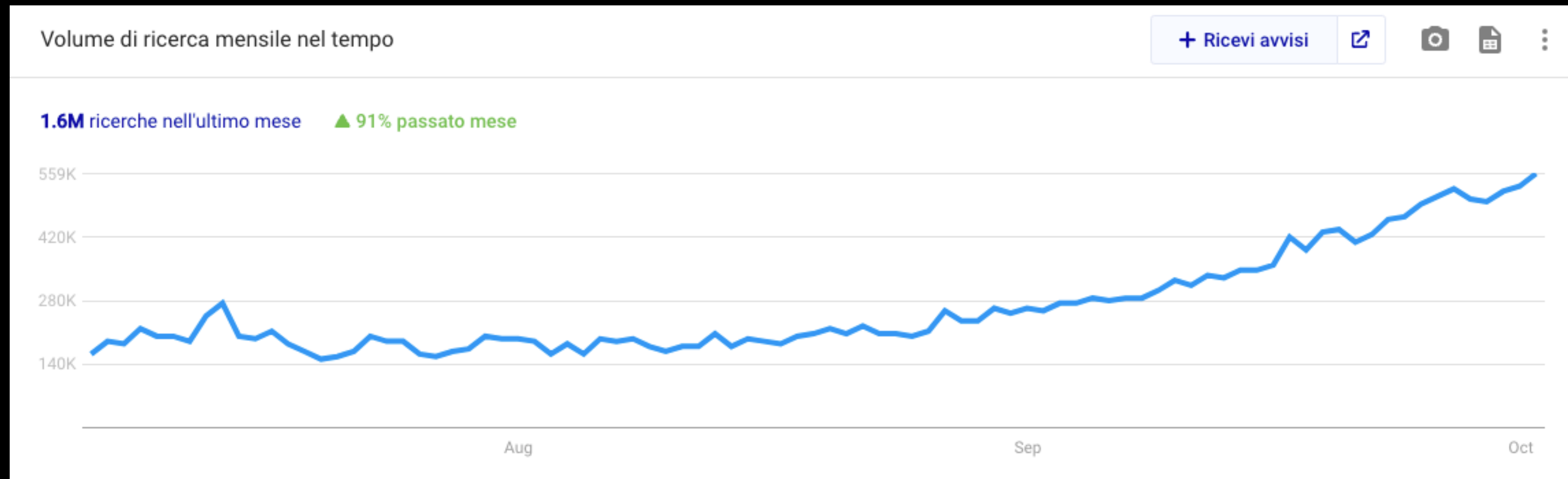
**Ecommerce Strategist @
Ecommerce School**

Learnn

Cosa vedremo:

1. Propensione all'acquisto BFCM 2022
2. Automazione a supporto della nostra campagna
3. Lead generation e email workflow
4. Raccomandazioni e landing page
5. Primi passi

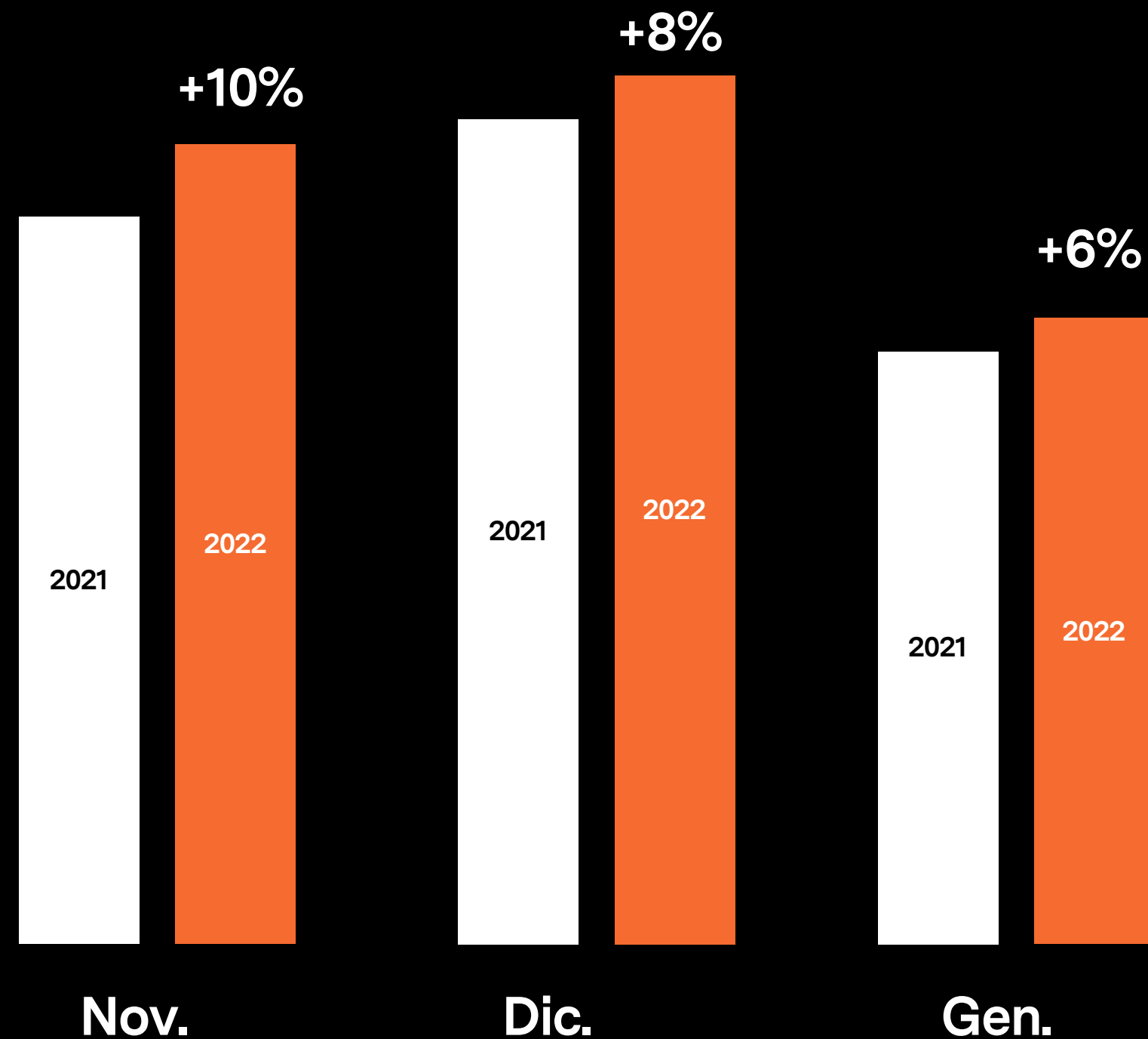
Ricerche sempre più in anticipo



Fonte dati: Google Trends

Learnn

Numeri in crescita



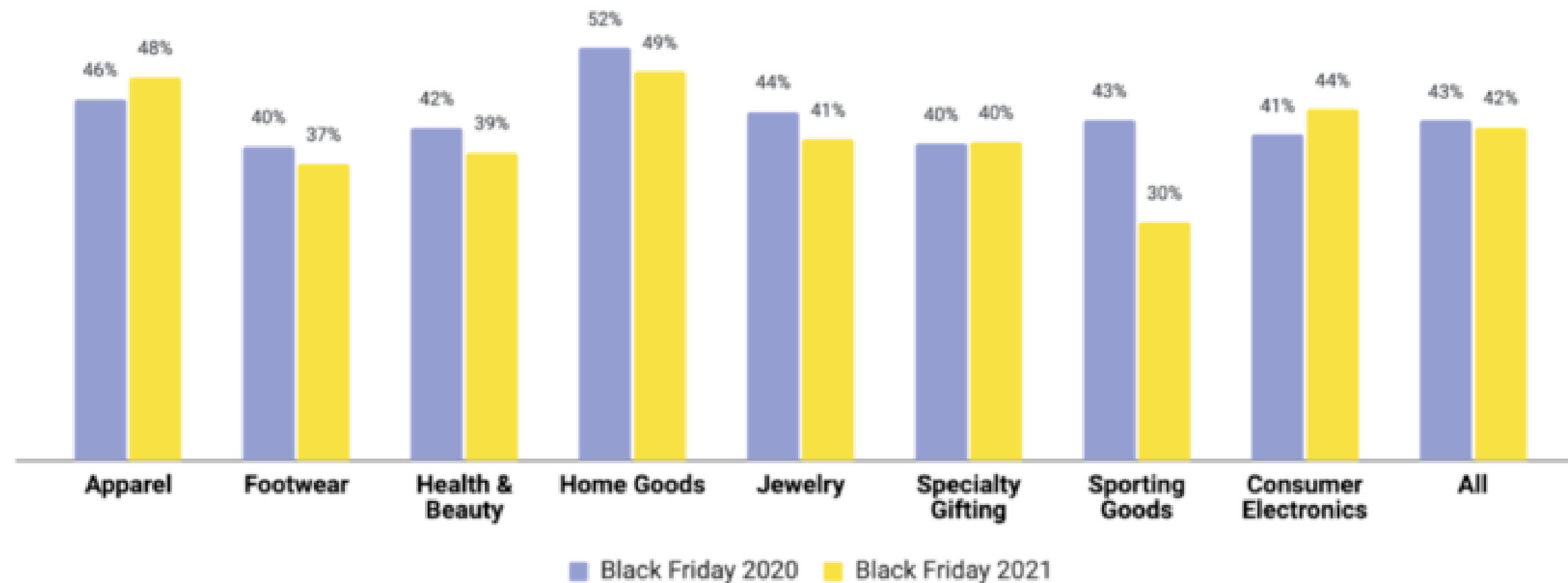
Le previsioni relative al volume delle spedizioni nel trimestre Novembre 2022 - Dicembre 2022 - Gennaio 2023 rispetto allo stesso periodo degli anni precedenti sono positive: +8%

Learnn

Acquisti d'impulso

Nearly 60% of shoppers are buying based on impulse, while 42% are planning ahead

Percentage of shoppers who viewed a product in advance of buying



 **Bluecore**

Learnn

Fonte dati: <https://spendmenot.com/>

Cosa si aspettano i consumatori?

Le persone si sono ormai abituate a questa nuova stagionalità, danno per scontato di trovare delle offerte quando visitano un ecommerce nel mese di Novembre.

Offerta media attesa: 24% - 50%

SALE
SALE

Learnn

Email marketing

Email inviate il giorno del
Black Friday nel 2021



116
MILIONI

Learnn

Email marketing

Migliori tassi di
conversione
durante BFCM

Più volumi
carrelli abb
e 34%

Email marketing

Più volumi per
carrelli abbandonati
e 34% OR

Email co
ordine 60
10% C

Email marketing

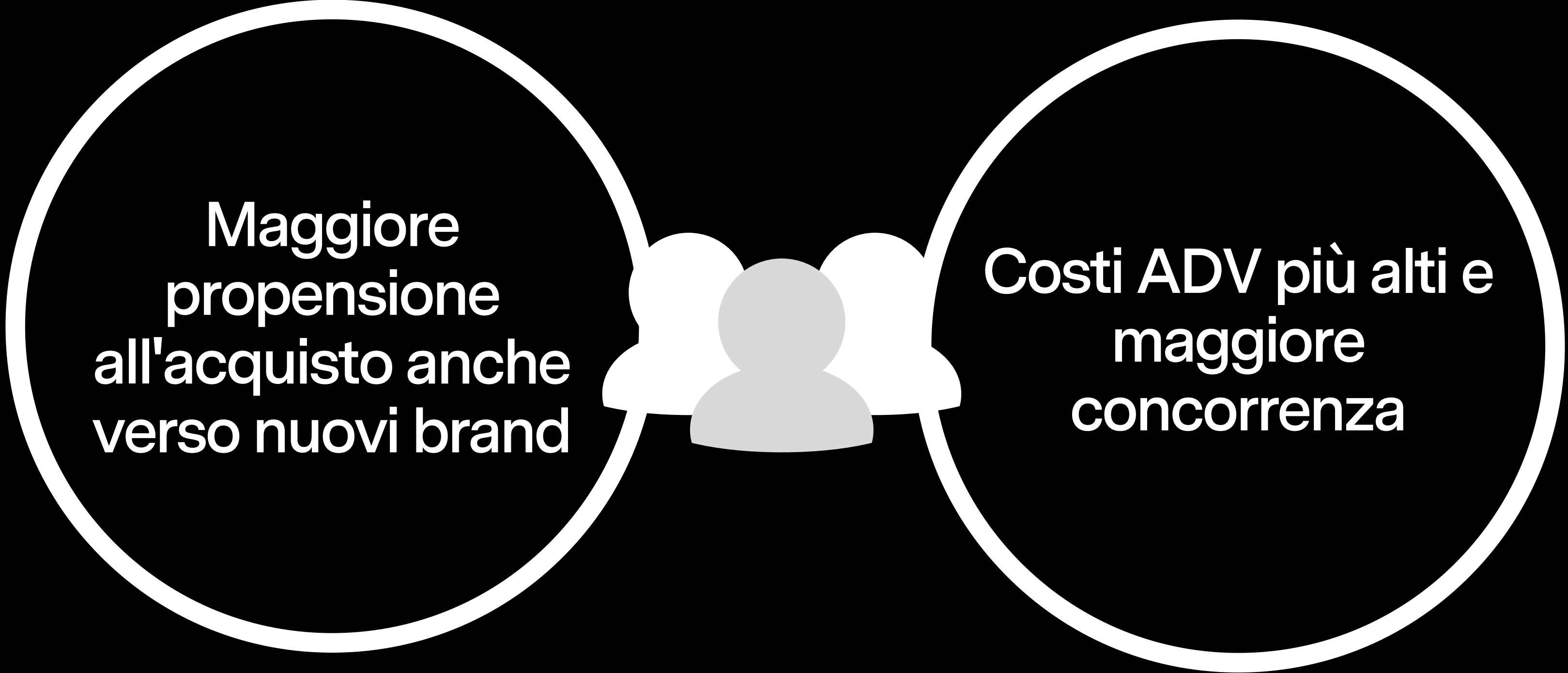
Campagne con "€
off" nell'oggetto
hanno i migliori CR

Email marketing



Vale per te ma
anche per i tuoi
competitor

Opportunità e minacce



Maggiore
propensione
all'acquisto anche
verso nuovi brand

Costi ADV più alti e
maggiore
concorrenza

Come ci aiutano le automazioni?

- 1. Ridurre le emorragie di traffico**
- 2. Massimizzare Lead Conversion**
- 3. Ottimizzare budget ADV**
- 4. Comunicazioni rilevanti**
- 5. Fidelizzare i clienti**



Mettiamo in pratica



1

Pop up + email nurturing



×

**Accedi in anteprima alle offerte del
Black Friday di Luca Barra**

Nome

Inserisci il tuo nome

Permettici di farti un regalo

DD/MM/YYYY

Email

Ti interessano gioielli per:

☐ Donna ☐ Uomo ☐ Bambino

☐ Dichiaro di aver preso visione e compreso l'informativa sulla privacy e
acconsento al trattamento dei miei dati personali.

Utilizzeremo la tua email per inviarti le nostre avventurose novità, accettando
dichiari di aver letto e accetto le condizioni descritte nella [Privacy Policy](#).

ACCEDI

Una semplice attività per
accompagnare il nostro
utente sconosciuto verso il
nostro brand.

Learnn

Pop up + email nurturing

Contenuto di
valore

Aggiungi email di
follow up fino al
BFCM

Profilazione
esplicita

Prodotti raccomandati dinamici

Orienta le vendite proponendo i prodotti in linea con i gusti del consumatore, in offerta, con il giusto rapporto sconto - marginalità.

The screenshot displays a product recommendation interface with several sections and a filter bar.

- Hot Products** (marked with a green checkmark): Todays up-and-coming products in your store.
- Newest Products**: Products that has recently been added to your webshop.
- Best Sellers In Category**: The top selling products in a category a subcategories.
- Hot Products In Category**: Todays up-and-coming products in a ca and it's subcategories.

Filter Products

Stock greater than 1 + AND Price Min greater than 12 + AND Categoriesx + [+ Add filter](#)

☒ contains ☐ doesn't contain

Black Friday

Prodotti raccomandati dinamici

Visibilità a
specifici brand

Utilizzali anche
nelle email
automatiche

Combina logiche
AI con
impostazioni
manuali

Workflow segmentati

Si tratta di un momento perfetto per aumentare il Lifetime Value dei nostri clienti. Attenzione a tempistiche e filtri.

☐ **VIP Customers** ⚡ Segment ★
➤ View definition

☐ **Churn Risks** ⚡ Segment ★
➤ View definition

☐ **Win-Back Opportunities** ⚡ Segment ★
➤ View definition

☐ **Potential Purchasers** ⚡ Segment ★
➤ View definition

☐ **Repeat Buyers** ⚡ Segment ★
➤ View definition

Recipients

Send to

Potential Purchasers (2) ×

Don't send to (Optional)

VIP Customers (0) ×

Skip recently emailed profiles

This campaign will skip profiles who received an email in the past **16 hours**. Also called Smart Sending, you can update this timeframe in [Account Settings](#).

☒

Workflow segmentati

Escludiamo chi ha
appena
acquistato

Anticipiamo per
chi ha Recency
elevata

Utilizza urgency e
scarcity

E con i flussi già attivi cosa fare?

- Inseriamo nelle email one-to-one (es. carrello abbandonato e navigazione abbandonata) un elemento che richiama la campagna stagionale.
- Verifichiamo le scontistiche già presenti, sospendiamo momentaneamente per non erodere la marginalità.

Landing page personalizzate

Attraverso strumenti di personalizzazione web è possibile mostrare elementi diversi in base a chi sta guardando la pagina, aumentando l'engagement.



Landing page personalizzate

Utilizza la
profilazione
iniziale o gli
acquisti

Modifica banner
ed elementi
testuali

Richiama la
campagna
stagionale

Email last minute



Prevediamo nella nostra strategia l'invio di email allo scadere del periodo o all'avvicinarsi della ricorrenza, con l'obiettivo di far fare un acquisto a chi ancora non lo ha fatto.

Email last minute

Attenzione alla
spedizione per
Natale

Gift card o
prodotti digitali
come regali last
minute

Click & collect per
chi ha dei negozi

Custom audience per le ADS

NAME	CONDITIONS	SYNCED WITH
Clienti che non hanno effettuato ordini	Orders count is '0'	 
Clienti Persi che non navigano sul sito da 6 mesi	Orders count is more than '1' and undefined more than 180 days ago and Loyalty is one time buyer and Life cycle is lost	 
Consenso per Newsletter	Customer subscribed is true and Orders count is more than '0'	 
Interessanti in magliette	Orders count is more than '0'	
interessati a cappellini personalizzati	Interested in query 'cappellini personalizzati'	
interessati a chiavette usb	Interested in query 'chiavette usb'	

Ottimizza le tue campagne utilizzando le audience che hai popolato attraverso il pop up di lead generation, proponendo creatività diverse ad ogni segmento.

Custom audience per le ADS

Segmenta per
interessi e crea
diverse creatività

Crea pubblici
simili sulla base
del segmento
clienti

Utilizza segmenti
con alti volumi



Da dove iniziare?



Learnn

Tanti piccoli passi



1 Imposta una micro strategia

Definisci i tuoi obiettivi (nuovi clienti, aumento frequenza di acquisto, lancio nuovi prodotti...) e scrivi su un foglio Excel le attività di automazione che trovi coerenti. Definisci i range di scontistiche e i prodotti interessati.

Tanti piccoli passi

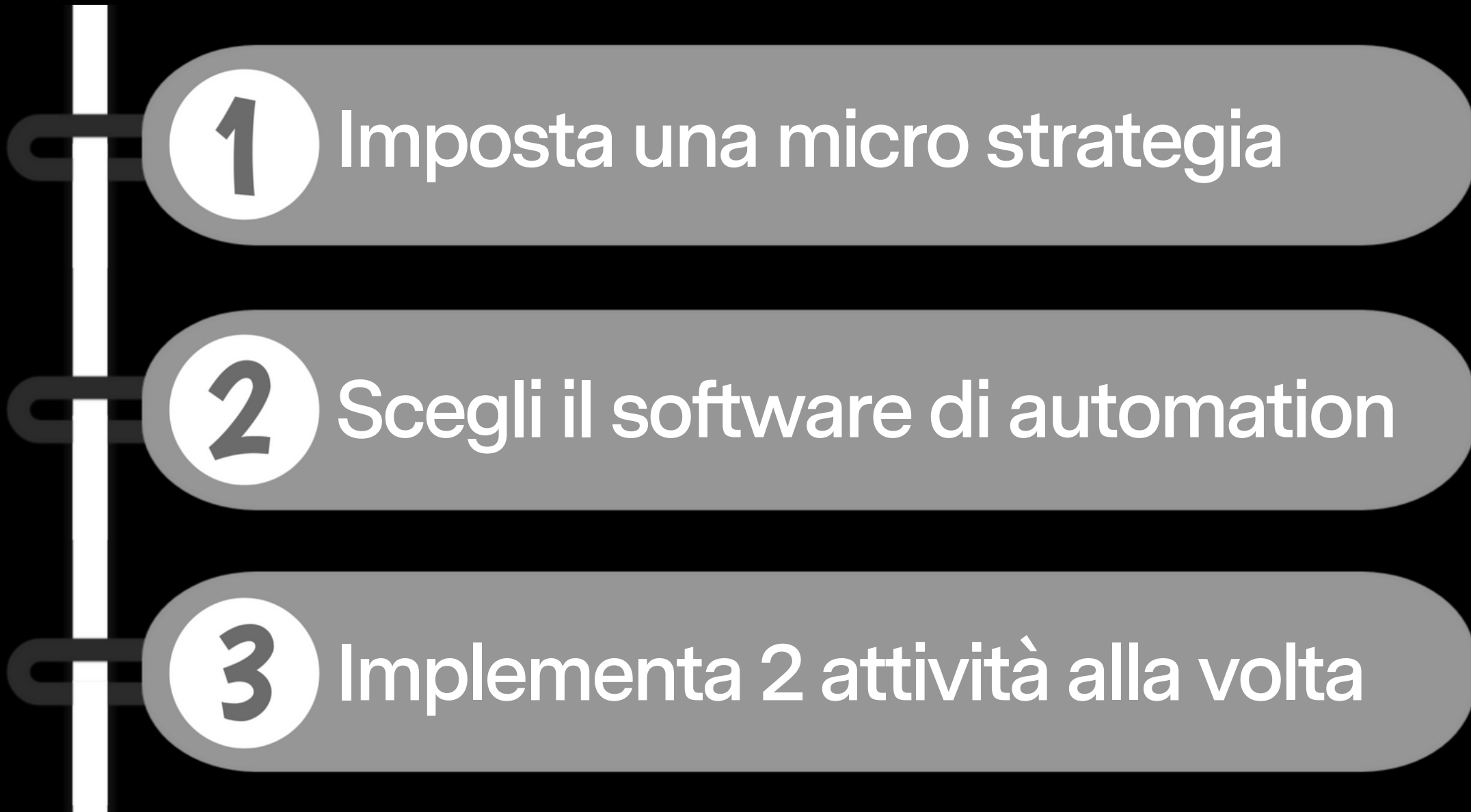


1 Imposta una micro strategia

2 Scegli il software di automation

Analizza le peculiarità del tuo target, il CMS utilizzato, le attività che hai pensato in strategia, il budget e seleziona il software (o i software) che più ti si addicono.

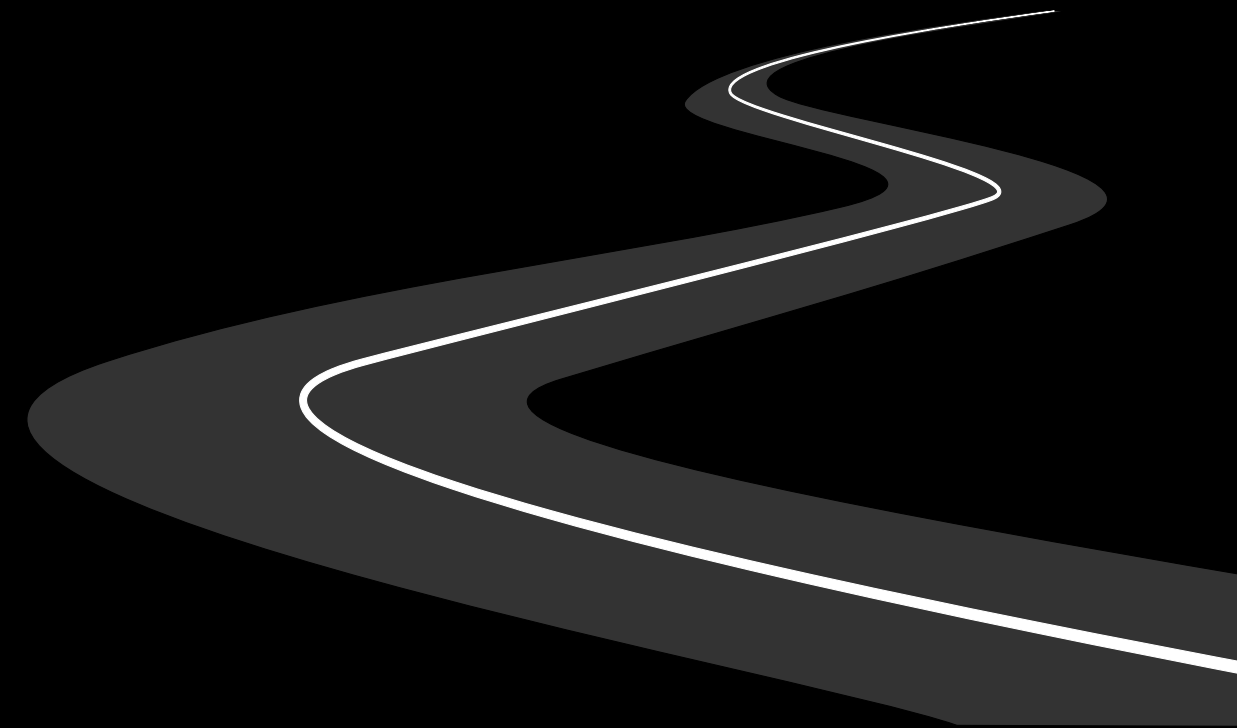
Tanti piccoli passi



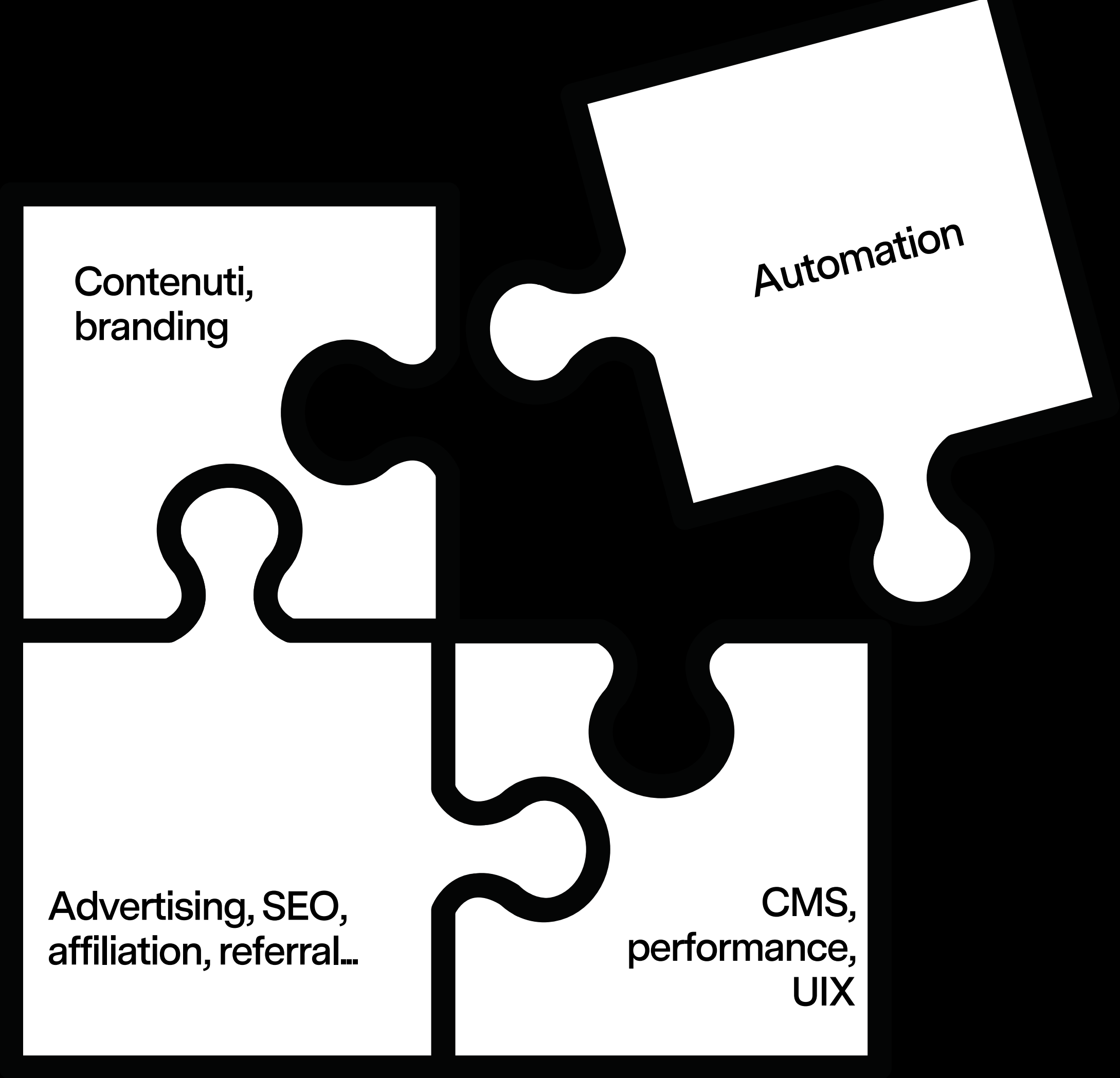
1 Imposta una micro strategia

2 Scegli il software di automation

3 Implementa 2 attività alla volta



Learnn



Contenuti,
branding

Automation

Advertising, SEO,
affiliation, referral...

CMS,
performance,
UIX

Learnn

Cosa abbiamo visto:

1. Propensione all'acquisto BFCM 2022
2. Automazione a supporto della nostra campagna
3. Lead generation e email workflow
4. Raccomandazioni e landing page
5. Primi passi



Risorse utili



Newsletter e blog

- [Shopify](#)
- [Criteo](#)
- [Osservatori.net](#)
- [Splio.com](#)
- [Antavo.com](#)
- [Datareportal.com](#)

Ispirazioni NL

- [Milled.com](#)
- [Mate.ai](#)
- [Beefree.io](#)
- [Competitor](#)

Libri

**Marketing automation
per e-commerce.**

Francesco Chiappini

Marketing Automation.

Alessio Semoli

Learnn

Grazie per l'attenzione



**Jessica
Franceschini**

Ecommerce Strategist @Ecommerce School

 [**www.linkedin.com/in/jessicafranceschini/**](https://www.linkedin.com/in/jessicafranceschini/)

Learnn

Q&A

Learnn