+leadhub & VUCH

Případová studie

Jak lovebrand Vuch generuje e-mailingem 24.38 % z celkových tržeb a 71.6 % vracejících se zákazníků

Proč se lovebrandu Vuch opravdu vyplatilo v roce 2023 pořádně šlápnout do e-mailingu? Výkon tohoto marketingového kanálu meziročně vzrostl v ČR téměř o 160 % a nyní se dotýká téměř 25 % celkového obratu společnosti. Stovky tisíc aktivních odběratelů e-mailingu pravidelně otevírají newslettery, které za 1 rozesílku vydělají i milion Kč a vrací se do obchodu díky desítkám promyšlených automatizací, které personalizovaně a ve vhodný moment přivedou zákazníky k opakovaným nákupům.

E-mailing se společnosti Vuch prokazuje jako druhý nejúčinnější marketingový kanál a suverénně jako první nejvýkonnější retenční kanál.

Máte svou Vušku?

Vuch je česká značka a firma, která od roku 2015 přináší svým zákazníkům netradiční a hravou a cenově dostupnou módu. Do povědomí je dostaly hlavně jejich ikonické designové peněženky, batůžky a kabelky.

Během 9 let své existence neustále rostou, expandují na zahraniční trhy a posouvají se k co nejvíce udržitelnému přístupu a filozofii, o čemž svědčí slušná řádka ocenění a certifikátů.

Leadhub

Leadhub je český nástroj pro e-shopy, který umí doručit vhodnou zprávu správnému zákazníkovi v ten nejlepší moment a motivovat ho k nákupu. Umožňuje e-shopům využít jejich vlastních dat k perfektně cílenému e-mail marketingu, sms marketingu a vytváření precizně segmentovaných reklamních publik. V současnosti využívají Leadhub tisíce e-shopů, které mají souhrnný obrat zhruba 16 miliard ročně.

Vuch si e-mail marketing v Leadhubu obsluhuje sám a strategii staví s pomocí specialistů z Leadhubu.

E-mailingové začátky

Vuch přišel do Leadhubu na konci roku 2017 s databází o nižších desítkách tisíc. Začíná s pravidelnou plošnou rozesílkou newsletterů.

- do roku 2022 běží pouze pouze 2 automatické kampaně - záchrana opuštěných košíků a přání k svátku
- open rate newsletterů balancuje na hraně 10 %
- databáze se mezi 1. 1. 2018 - 31. 12. 2022 (za 5 let) cca ztrojnásobila

Co se změnilo v roce 2023?

Od konce roku 2022 se marketingoví specialisté z Vuch s asistencí specialistů z Leadhubu zaměřují na vylepšení e-mailingové strategie, obzvlášť v oblasti automatizovaných kampaní stimulujících retenci. V roce 2023 pak přibývá a plně běží:

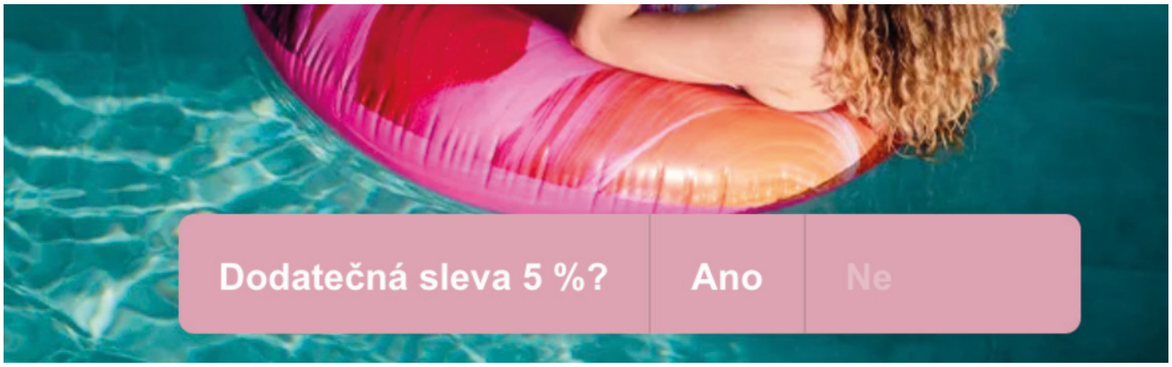
velmi výkonný popup na sběr nových kontaktů a na něj navázaná automatická sleva na první nákup

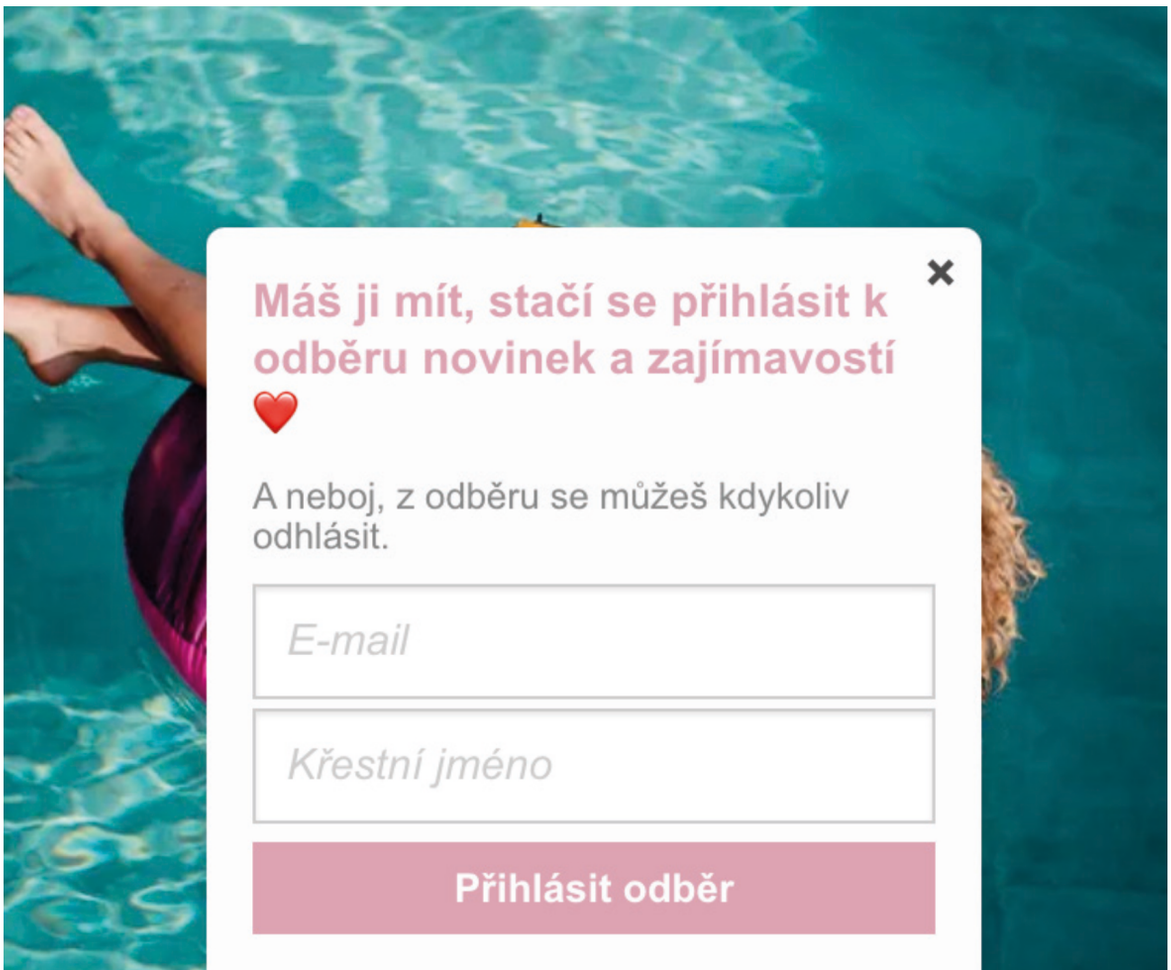
22 cross-sellových, upsellových a dalších reaktivačních (retenčních) automatických kampaní

automatická kampaň reagující na opuštěný web a opuštěný košík je roz-segmentovaná a rozfázovaná pravidelná rozesílka newsletterů už není plošná na celou databázi, ale je cílena pouze na aktivní část databáze (poslední aktivita před méně než 12 měsíci)

automatické kampaně i pravidelné newslettery obsahují personalizovanou nabídku podle pohlaví

Ukázky Popup

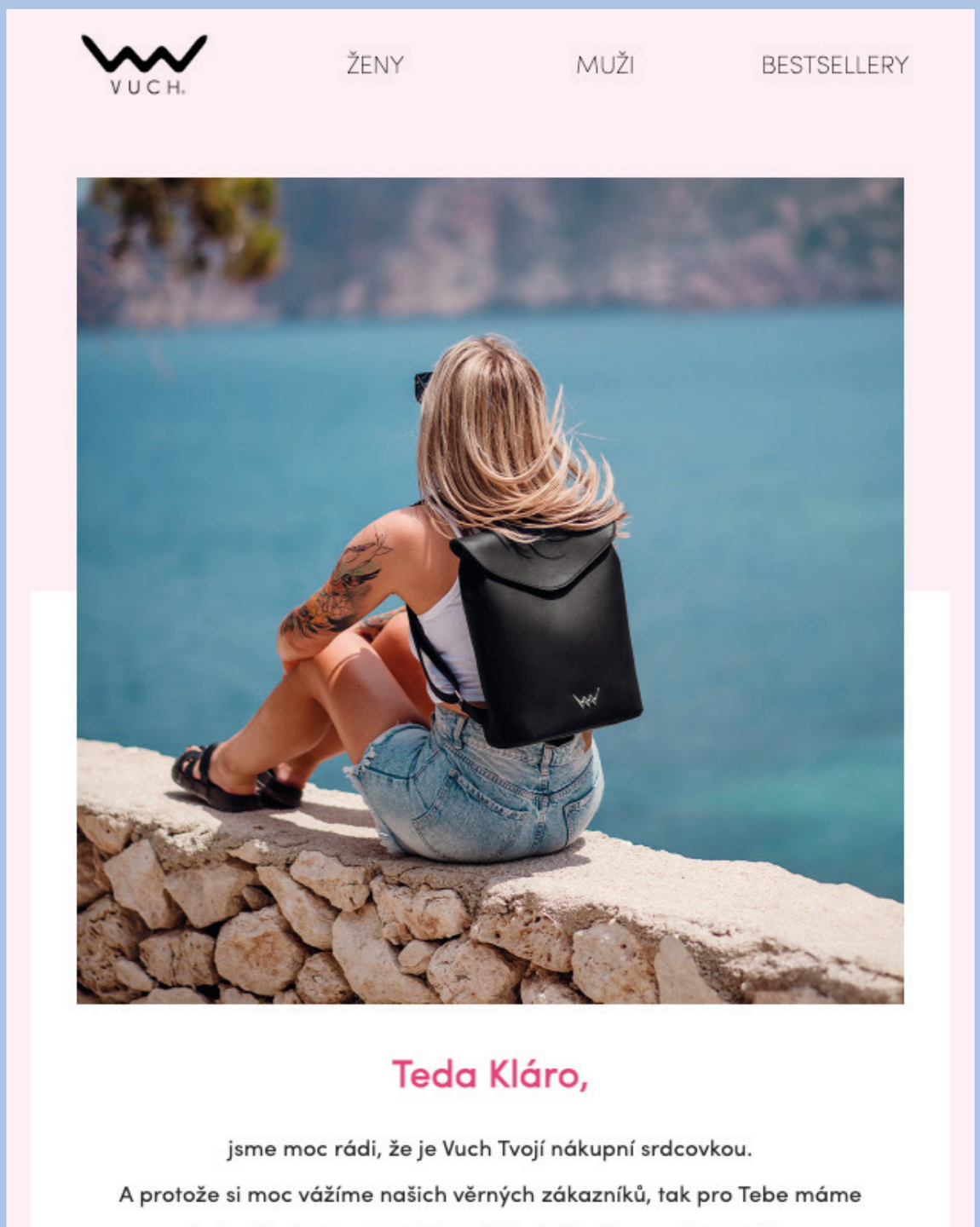




Popup na sběr nových kontaktů a na něj navázaná automatizace Sleva na první nákup jen za prosinec 2023 generuje:

- 5084 objednávek
- v hodnotě 5 013 079 Kč
- a rozšířil databázi o 25 733 kontaktů

Reaktivační kampaně | Věrný zákazník



jako dárek slevu 500 Kč na Tvůj další nákup nad 1500 Kč.

Aby té Tvojí Vušce nebylo smutno...

Tvůj kód je: PREVIEW CODE

UDĚLEJ SI RADOST >

* Kód lze využít při nákupu nad 1500 Kč. Slevu nelze kombinovat s jinými slevovými kódy.

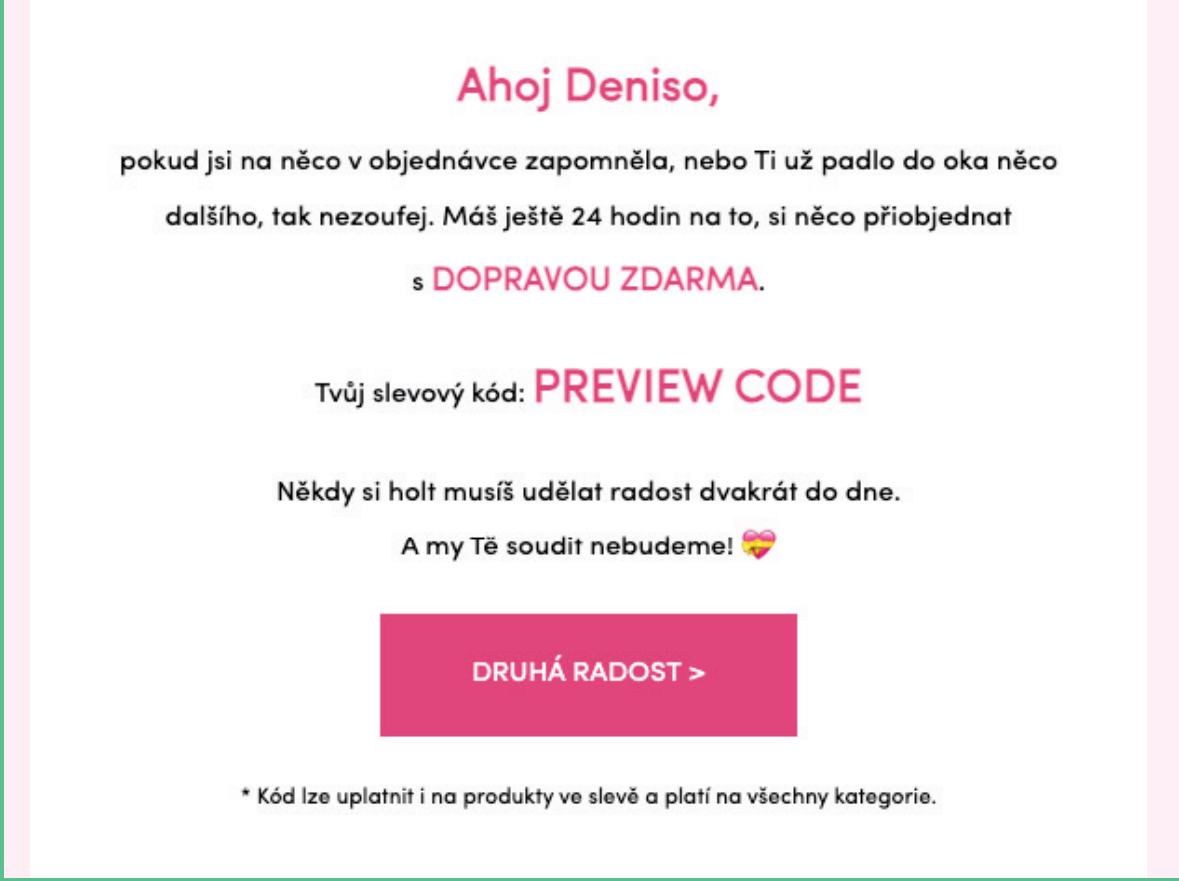
Výkon za rok 2023:

- open rate - 39.6 %
- CTR - 7,6 %
- tržby: 272 072 Kč

Reaktivační kampaně | Upsell ihned po objednávce

VUCH.

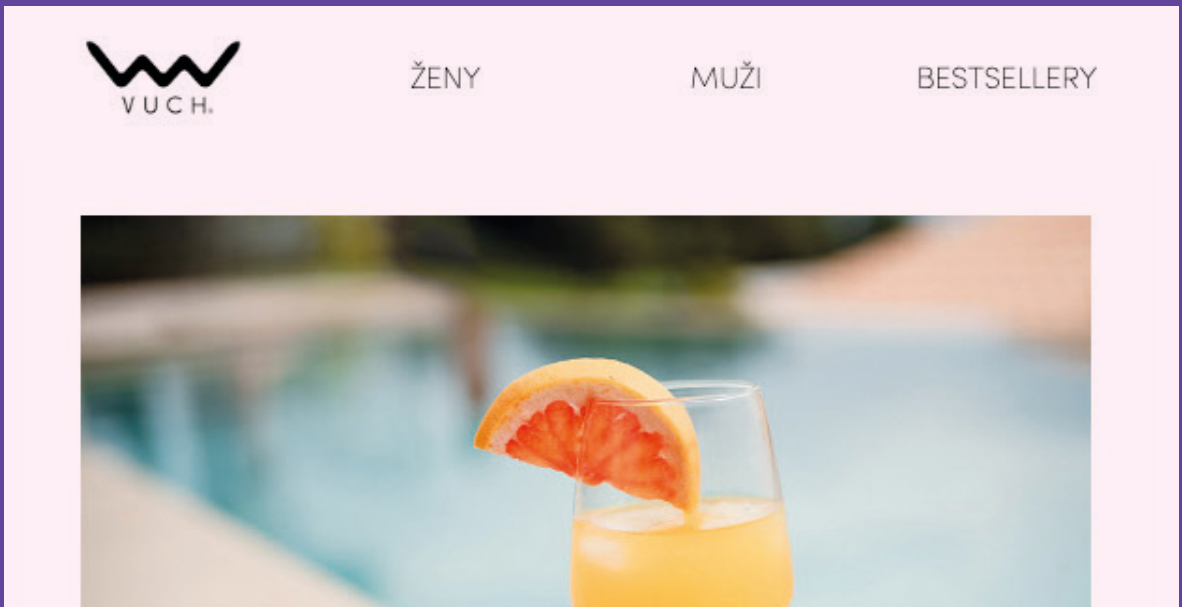
ŽENY MUŽI BESTSELLERY



Výkon za rok 2023:

- open rate - 37.3 %
- CTR - 4 %
- tržby: 870 948 Kč

Reaktivační kampaně | Opuštěný košík



Ahoj Martino,

Tvůj Vuch košík je smutný, něco jsi v něm zapomněla.

Neměla jsi s těmito kousky ještě nějaké plány?

Je dost možný, že se po koupi stanou Tvými ultimátními oblíbenci.

Tak neváhej a udělej si radost. 💝

Mrkni, co máš v košíku >

VUCH Pilar **999 Kč**

VUCH Rose Gold Big Star ~~349 Kč~~ **297 Kč**

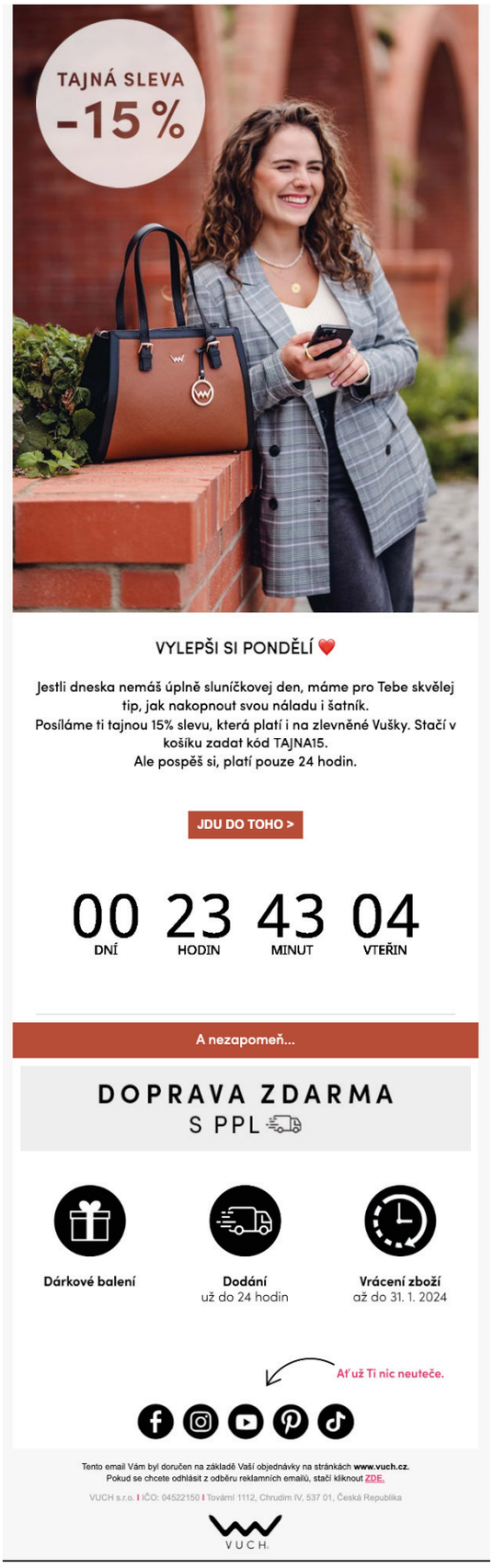
VUCH Rose Gold Puzzle **399 Kč**

DOTÁHNI TO >

Výkon za rok 2023:

- open rate - 39 %
- CTR - 9.3 %
- tržby: 3 849 144 Kč

Newslettery



Výsledek rozesílky:

- open rate - 21.4 %

Výsledek rozesílky:

- open rate - 21 %

- CTR - 1.6 %
- tržby: 435 985 Kč

- CTR - 2.4 %
- tržby: 622 481 Kč

Výsledek rozesílky:

- open rate - 17.9 %
- CTR - 1.5 %
- tržby: 858 098 Kč

Výsledek rozesílky:

- open rate - 18.3 %
- CTR - 2.1 %
- tržby: 842 010 Kč

Obsahová strategie pro newslettery platná od roku 2023

Obecná pravidla

- 2-3x týdně, pouze na aktivní část databáze nebo zainteresovaný segment
- hravý až lehce clickbaitový předmět
- jednotný vzhled a tonalita
- ucelenost komunikace nepodléhající trendům

Obsah

- představení novinek a nových kolekcí
- marketingové sezónní akce
- speciální boosty a slevy jen pro odběratele newsletteru
- zákulisní info bez silného prodejního CTA

E-mailing do roku 2022

- Pravidelné newslettery
- Automatizace Opuštěný košík
- Automatizace Přání k svátku

E-mailing od roku 2023

- Pravidelné newslettery
- Automatizace Opuštěný košík
- Automatizace Přání k svátku
- Retence Věrný Zákazník
- Retence Dárek 200 Kč za velký nákup
- Sleva 20 % na další nákup po 4 měsících
- 2 + 1 zdarma po 6 měsících od posledního nákupu
- Sleva 15 % 8 měsíců od posl. nákupu
- Sleva 20 % 12 měsíců od posl. nákupu
- Upsell ihned po objednávce
- Cross-sell 30 dní po objednávce
- Cross-sell po nákupu peněženky (kabelka)
- Cross-sell po nákupu peněženky (batoh)
- Cross-sell po nákupu batohu (peněženka)
- Cross-sell po nákupu batohu (kabelka)
- Automatizace Opuštěný web bez nákupu
- Automatizace Sleva na první nákup
- Retence Věrný Zákazník Muž
- Retence Dárek 200 Kč za velký nákup Muž
- Cross-sell 30 dní po objednávce Muž
- Sleva 20 % na další nákup po 4 měsících Muž
- 2 + 1 zdarma po 6 měsících od posledního nákupu Muž
- Sleva 15 % 8 měsíců od posl. nákupu Muž

Ukázky nastavení Cross-sell po nákupu peněženky - nabídka batohů

Chování **nákup produktu z kategorie** "Ženy > Peněženky" před méně než 16 dny

- a -

Chování **neproběhl nákup produktu z kategorie** "Ženy > Peněženky" před méně než 15 dny

- a -

Chování **neobdržení e-mailové kampaně** (15) Cross-selling - po nákupu peněženky - batůžky *a*

neobdržení e-mailové kampaně Neproběhlo obdržení kampaně **(16) Cross-selling - po nákupu kabelky/batohu - peneženky** před méně než 14 dny

a **neobdržení e-mailové kampaně** Neproběhlo obdržení kampaně **(38) Cross-selling - po nákupu peněženky - batoh MUŽI** před méně než 14 dny

a **neobdržení e-mailové kampaně** Neproběhlo obdržení kampaně **(39) Cross-selling - po nákupu batohu - peneženka MUŽI** před méně než 7 dny

- a -

Chování **neobdržení e-mailové kampaně** (14) Cross-selling - po nákupu peněženky - kabelka

- a -

Chování **neproběhl nákup produktu z kategorie** "Ženy > Batohy" před méně než 2 měsíci

- a -

Chování **neproběhl nákup produktu značky** "VUCH" před méně než 5 dny

Ukázky nastavení Opuštěný košík

Zákazník **poslední nákup** před více než 7 dny *nebo* **není zákazník**

- a -

Aktivní košík **čas poslední úpravy košíku** v období mezi 2 - 7 hodinami *a* **hodnota košíku** je větší než 0 Kč

- a -

Znalost kontaktu **má pohlaví** žena *nebo* **má pohlaví** neznámé

- a -

Chování **poslední webová aktivita** před více než 1 hodinou

Ukázky nastavení Opuštěný web

Chování **poslední webová aktivita** v období mezi 24 - 25 hodinami

- a -

Zákazník **poslední nákup** před více než 14 dny *nebo* **není zákazník**

- a -

Znalost kontaktu **má pohlaví** žena *nebo* **má pohlaví** neznámé

- a -

Aktivní košík **hodnota košíku** je rovno 0 Kč

Ukázky nastavení Odměna za nákup nad 2000 Kč pro muže

Zákazník **průměrná hodnota objednávky** je větší než 2000 Kč *a* **poslední nákup** před více než 5 dny

- a -

Znalost kontaktu **má pohlaví** muž

- a -

Vývoj retence

Meziroční vývoj poměru nových a vracejících se zákazníků

2024 - 46.6 % (k 25. 6.)
40 852 nových zákazníků
35 779 vracejících se zákazníků

2023 - 34.5 %
105 578 nových zákazníků
55 823 vracejících se zákazníků

2022 - 27.1 %
99 772 nových zákazníků
37 180 vracejících se zákazníků

2021 - 22.3 %
69 541 nových zákazníků
19 966 vracejících se zákazníků

2020 - 21,8 %
34 822 nových zákazníků
9 733 vracejících se zákazníků

Jak tedy ve Vuch.cz vypadal dosud nejúspěšnější rok 2023 z pohledu e-mailingu?

- Automatické kampaně se dotkly tržeb v hodnotě 20 077 977 Kč
- Pravidelné newslettery se dotkly tržeb v hodnotě 44 101 443 Kč
- Celkově se e-mailing dotknul tržeb v hodnotě 64 179 420 Kč
- Během roku 2023 se databáze zvětšila o 260 %
- Z e-mailingu přichází 71.6 % z celkového počtu vracejících se zákazníků
- Nejúspěšnější NL vygeneroval tržby v hodnotě 858 098 Kč
- Počet automatických kampaní vyrostl ze 2 na 22
- Výkon e-mail marketingu vzrostl meziročně o 160 %

E-mail marketing se pro Vuch v roce 2023 stává druhým nejsilnějším marketingovým kanálem v objemu vygenerovaných tržeb. E-mailing je pro Vuch suverénně nejsilnějším retenčním kanálem. Za jediný rok narostla databáze o 170 % kontaktů více než za předchozích 5 let dohromady. Open rate newsletterů se nedostala pod 15 % a často atakuje 20 %.

Výhled na rok 2024

Vuch pokračuje v nastavené strategii, kterou dále rozvíjí a vylepšuje.

- Přibývají další retenční automatizace podle nových scénářů.
- Jednou z nejvýkonnějších nových automatizací je uvítání a představení brandu novým odběratelům e-mailové komunikace, který neobsahuje čistě prodejní CTA, ale přesto se dotýká až 960 objednávek měsíčně v hodnotě 816 000 Kč (květen 2024).
- Popup na sběr nových kontaktů a na něj automaticky navázaná sleva se měsíčně dotýká až 2124 objednávek v hodnotě 1 805 553 Kč (květen 2024).
- Pracuje se s personalizací nejen ve formě oslovení, ale také personalizovaného obsahu na základě znalosti a nákupního chování odběratelů.

Nastavení segmentu

Lidé z listů Inspirace, nové produkty a největší slevy. , Zákazníci a zároveň:

Znalost kontaktu **má pohlaví** žena *nebo* **má pohlaví** neznámé

- a -

Zákazník **poslední nákup** před více než 12 měsíci

- a zároveň -

Zákazník **celková útrata** před méně než 12 měsíci je větší nebo rovno 6000 Kč

VUCH

ŽENY MUŽI BESTSELLERY

Ahoj Veroniko,

dneska to je přesně rok od Tvého posledního nákupu ve Vuch. Od té doby se toho hodně změnilo a my pro Tebe máme spoustu božích novinek, které si prostě nesmíš nechat ujít. Mrkni na ně a udělej si radost!

Jako dárek Ti posíláme slevu 300 Kč na Tvůj další nákup.

Tak neváhej a udělej si radost. 💝

Slevový kód: MDMWP

CHCI SLEVU 300 Kč >

* Slevu lze uplatnit při nákupu nad 500 Kč a nelze ji kombinovat s jinými slevovými kódy.