

Задачи

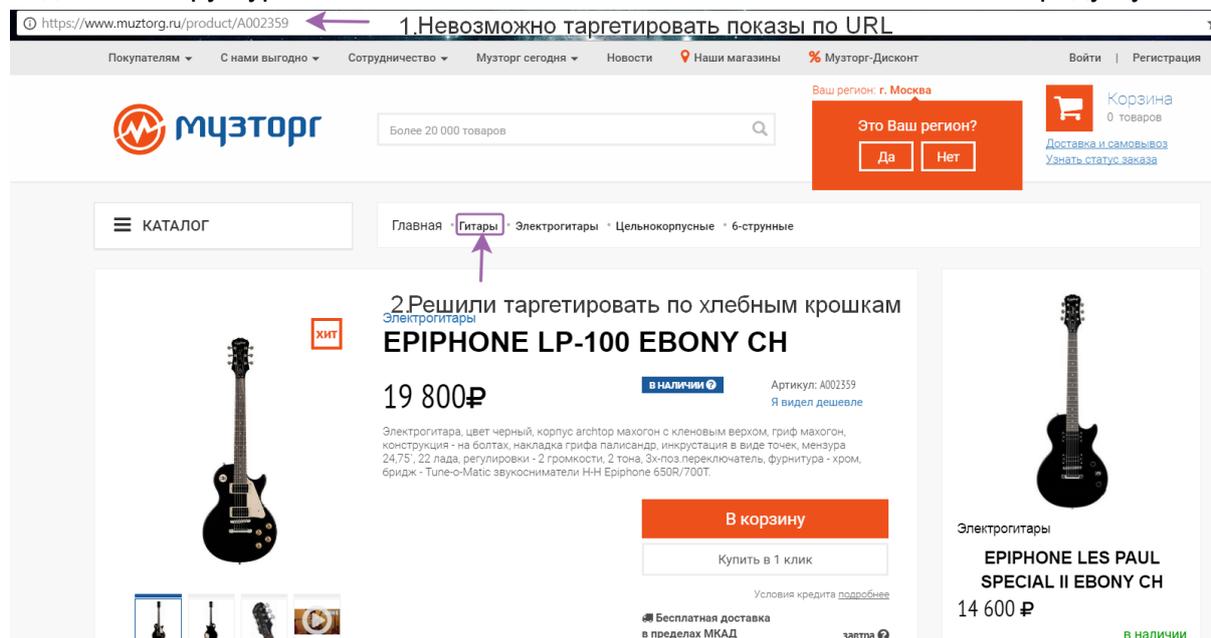
1. Собрать как можно больше подписчиков
2. НЕ раздавать скидки при сборе
3. Использовать персонализацию при обращении
4. Собирать сегмент и передавать в ESP для дальнейшей сегментации и персонализации
5. Сделать решение НЕназойливым, чтобы не портить основные показатели

Решение

По аналитике поняли, что основные посещения и продажи генерируют 4 сегмента:

1. Гитаристы
2. Барабанщики
3. Клавишники
4. Вокалисты.

Решили для начала работать только с этими сегментами. После определения сегментов для работы необходима технология выявления их на сайте. На скриншоте видно, что структура URL сайта не позволяет выявлять пользователя по продукту.



Поэтому решили проверять сегмент по товарной категории в хлебных крошках с помощью javascript. Это позволяло закрыть три проблемы:

- а) определение сегмента для персонализированного показа окна и передачи данных в CRM
- б) назойливость - попапы видела только ограниченная группа людей, после двух страниц с наличием нужной категории в хлебных крошках.

Далее разработали попапы так, чтобы они персонально обращались к каждому сегменту с одной стороны, и не раздавали скидок с другой. В качестве креатива взяли за основу крутейших музыкантов по каждому инструменту, настоящим

рок-звезд. Наверняка, именно они и вдохновляют на развитие и покупки.

Хотите играть как Рэй Чарльз?

Подпишитесь и получайте в рассылке:

- Скидки до 20% на клавишные и аксессуары
- Обзоры профессионального оборудования
- Советы по выбору инструментов от Музторга

Хочу!



Хотите играть как Хендрикс?

Подпишитесь и получайте в рассылке:

- Скидки до 20% на гитары и аксессуары
- Новости музыкального мира, интервью групп
- Разбор известных песен и уроки
- Гитарные видеообзоры от партнеров Музторга

Хочу!



Хотите играть как Ларс Ульрих?

Подпишитесь и получайте в рассылке:

- ▶ Скидки до 20% на установки и тарелки
- ▶ Свежие новости из мира музыки
- ▶ Видеообзоры барабанных установок

Хочу!



Хотите петь как СТИНГ?

Подпишитесь и получайте в рассылке:

- ▶ Скидки до 20% на микрофоны и радиосистемы
- ▶ Обзоры студийных и концертных микрофонов
- ▶ Советы по выбору оборудования от Музторга

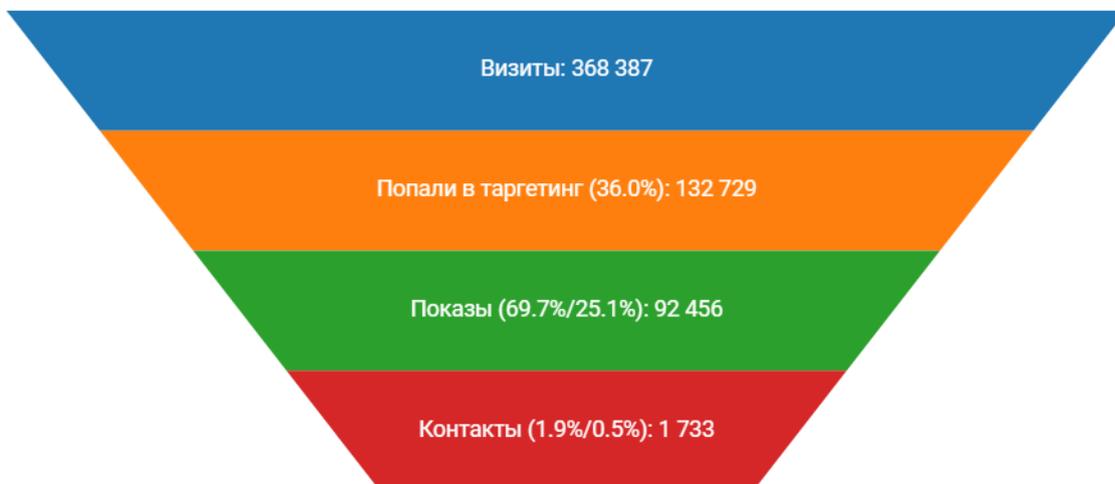
Хочу!



Для интеграции с Mindbox использовали наше стандартное готовое решение. При этом, обязательно передавали данные о сегменте в дополнительное поле.

Аналитика

За период 06.06.2017-26.06.2017 было собрано 1733 контакта с информацией об интересах подписчиков. Средняя конверсия "Показы" -> "Контакты" составила 1,9%, что в 3 раза выше средних показателей в системе Formechnic. Трафик конвертируется хорошо, и есть потенциал для роста.



Разбивка по группам:

Поп-ап	Кол-во подписчиков	Конверсия
Гитаристы	1256	1,4%
Клавишные	178	0,8%
Ударные	171	1,4%
Вокал	132	0,8%

При этом попапы видели только 25% всей аудитории сайта.

Продажи

Продажи по лидам, собранных с поп-апов составили в этот же период:

Поп-ап	Выручка/Стоимость Рорmechanic
Все попапы	76,1

* Данные представлены с 06.06-26.06

Выручку с канала по свежей базе за 20 дней в 76,1 раз больше, чем затраты на сервис Рорmechanic. Стоит отметить, что при этом и до и после внедрения Рорmechanic Музторг тратил одно и то же количество денег на агентство и на ESP. Важно отметить, что помимо моментального эффекта в виде продаж у Музторга появился источник существенного прироста сегментированной базы.

Антиспам

В Рорmechanic есть ряд встроенных мер по антиспаму. Во-первых, невозможно оставить адреса типа 10-minute mail. Во-вторых, наши input'ы отмечены специальными тегами так, что роботы их не распознают и не оставляют фейковые адреса.