

Estudo de Caso

ElectroFun

Loja de Eletrônica



CASE STUDY



Sabia que a taxa de abandono de carrinho pode chegar nos 70%?

Tem um e-commerce e não sabe como aumentar suas vendas? Recebe muitas visitas mas as encomendas não são concluídas?

E a pergunta mais importante de todas:
Quer resolver isso?

Descubra como a Electrofun conseguiu.





Sobre a ElectroFun

A **Electrofun** é uma loja de eletrônica e robótica cujo objetivo é facilitar a compra online de Componentes Eletrônicos. Além do mais, também vendem jogos e kits educativos, direcionados às escolas, onde os alunos iniciam a aprendizagem nessa área.

A robótica é também um elemento diferenciador desse negócio, que tem uma ampla gama de peças e robots com as mais diversas funcionalidades.





Desafio

A Electrofun tem uma loja física mas começou sua atividade através da venda online. O objetivo era facilitar a compra de componentes eletrônicos online, sempre centrados na inovação e distribuição de produtos inovadores e especializados.

Apostando num site de qualidade, bem posicionado no Google e na realização de anúncios baseados em palavras-chave, não conseguiam, porém, alcançar as metas estabelecidas e a porcentagem de encomendas não pagas, ou seja, o abandono de carrinho superava os 74%!

Depois de confirmar que não havia problemas com os fornecedores de métodos de pagamento e que o produto tinha qualidade e era competitivo, foram consideradas a implementação de estratégias de retargeting e recuperação de abandono de carrinho com a ajuda da E-goi.

Porque a Eletrónica é Divertida! | [Registe-se](#) ou [Entrar](#) Português ▾

ELECTROFUN CATÁLOGO KITS EDUCATIVOS NOVIDADES PROMOÇÕES BLOG Apoio Cliente: 707 011 964
Email: info@electrofun.pt

TODAS AS CATEGORIAS Toda a Loja ▾ O que procura? 🔍 🛒 0

- Arduino & Raspberry Pi >
- Robótica & Motores >
- Eletrónica >
- Iluminação LED >
- Ferramentas >
- Casa & Automóvel >
- Áudio Video & Informática >
- Energia >
- Gadgets & Mobile >
- Mais Categorias

matata lab
Coding Like ABC

ROBÓTICA EDUCATIVA ▶ Ver Mais

BEE THE FIRST ▶ Ver Mais

VEÍCULOS ELÉTRICOS ▶ Ver Mais

ENTREGA EM 24H Portugal E Espanha | ENVÍO GRÁTIS A Partir De 75€ | SATISFAÇÃO Dos Clientes | VOUCHER OFERTA & Brindes | 100% SEGURO Nos Pagamentos

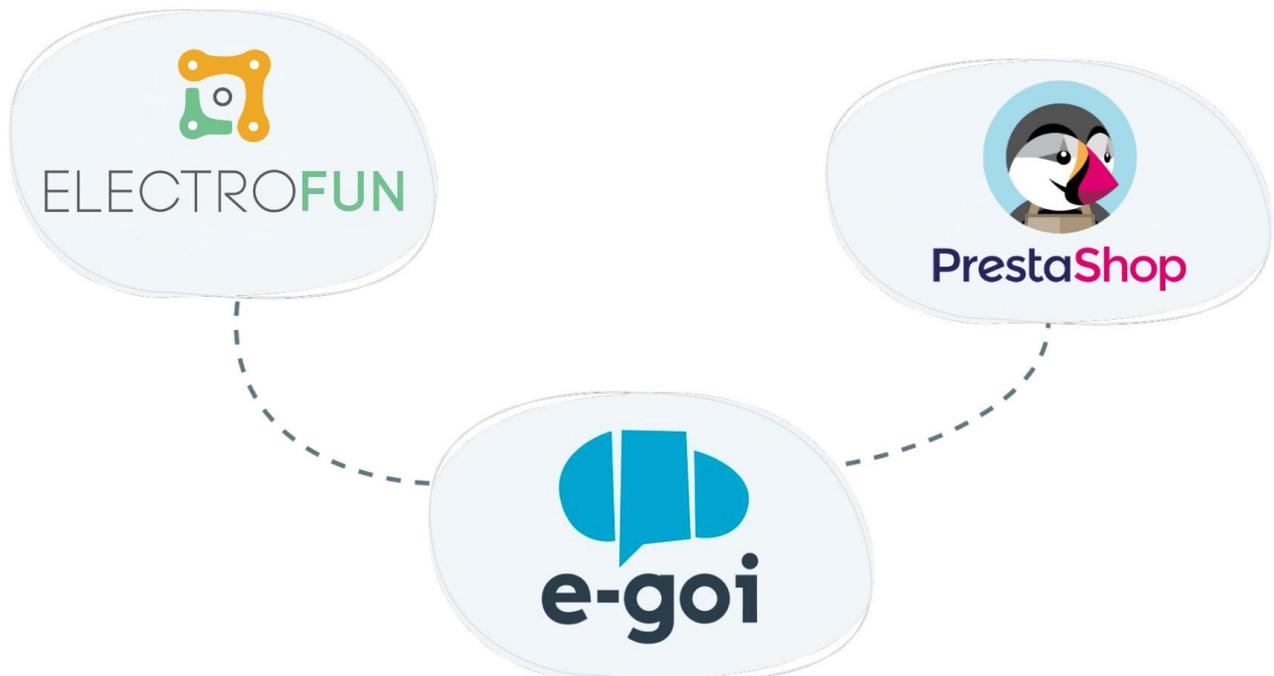


Desenvolvimento da parceria / Solução

O primeiro passo para conseguir uma comunicação assertiva, é conseguir uma sincronização em tempo real entre aquilo que o seu Cliente faz na sua loja e a ferramenta de comunicação que utiliza. No caso da Electrofun, a plataforma de e-commerce utilizada é o Prestashop e como o E-goi possui um plugin de integração, esta sincronização foi muito fácil de implementar.

Esta integração, para além de sincronizar os dados de todos os utilizadores que efetuaram alguma compra (ou intenção de compra), acrescenta ao seu site a capacidade de tracking, permitindo, através do E-goi, comunicar com o visitante com base nas ações que ele faz no próprio site, como visualização de determinados produtos, categorias, etc.

<https://goidini.e-goi.com>





Desenvolvimento da parceria / Solução

Graças à funcionalidade de Track & Engage, a Electrofun conseguiu desenvolver duas ações que se tornaram numa mudança fundamental no processo de pós-venda:

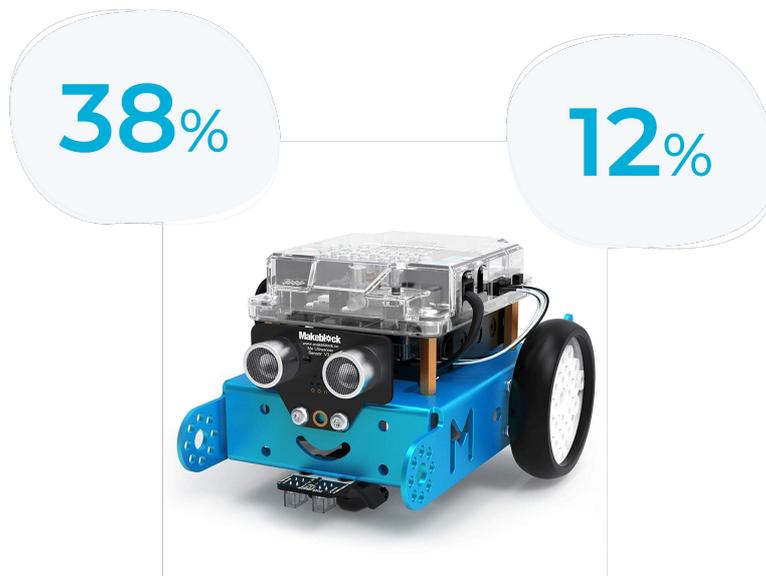
Por um lado, conhecer a trajetória de cada cliente em seu ecommerce, permitiu realizar uma comunicação mais personalizada e centrada nos interesses específicos de cada visitante.

E por outro, e o mais importante, recuperar carrinhos abandonados com estratégias de retargeting.

Começaram por criar objetivos automáticos para que sempre que alguém adicionasse um produto no carrinho se tornasse parte de um segmento específico em sua base de dados.

Este segmento, foi adicionado a um Autobot, ou seja, uma automação, e depois de algum tempo de espera, era enviada uma campanha de e-mail com uma oferta relacionada com o produto que já tinham no carrinho.

A conversão em venda depois desses emails começarem a ser enviados superou os 38%. Além do mais, eram enviados SMS às pessoas que abriam o e-mail mas que acabavam não comprando. Assim conseguiram aumentar as vendas em mais 12%.





Resultados alcançados

Recuperação de carrinho acima dos 50%

Aumento da faturação graças à segmentação e comunicação personalizadas com foco no cliente que a Electrofun colocou em prática.

Maior engagement

Os dados sobre a trajetória do cliente são utilizados para melhorar a sua experiência de compra. Enviar campanhas com produtos de seu interesse no momento certo, teve como resultado o aumento da taxa de abertura para os 30% e, conseqüentemente, também os cliques e as visitas ao site.

Além do mais, com os e-mails e sms transacionais, conseguiram maior transparência nos envios, fazendo aumentar a satisfação do cliente de uma forma geral.

Aumento da fidelização como consequência da comunicação através de vários canais

Com estratégias de cross-selling e up-selling realizadas em todos os canais disponíveis aumentaram não apenas o ticket médio, como também as compras recorrentes de clientes já fidelizados.

Ao princípio, a ideia de gerenciar tudo através do E-goi era uma decisão meramente financeira. Hoje, nos damos conta que não ajudou apenas a aumentar as nossas vendas, mas também nos poupa imenso tempo graças à automação. Acrescenta um valor incalculável ao nosso negócio.

Ricardo Sousa - CEO ElectroFun



Próximos passos da parceria

Sistema de fidelização Qero

O próximo passo será a implementação do Qero, um aplicativo grátis onde é possível pode criar programas de pontos e cupons de desconto. A ideia é continuar fidelizando, de maneira automática os clientes que já compraram, com base no número de compras ou valor gasto e cupons em dias especiais ou datas comemorativas.



Diminuímos o custo em publicidade. É muito mais barato manter clientes do que conseguir novos.

Ricardo Sousa - CEO ElectroFun

