

Case Study

ElectroFun

Loja de Eletrônica



CASE STUDY



Sobre a ElectroFun

A [Electrofun](#) é uma loja de electrónica e robótica cujo objetivo é facilitar a compra online de Componentes Electrónicos. Para além disso, também comercializam jogos e kits educativos, direcionados às escolas, nas quais os alunos iniciam a aprendizagem nesta área.

A robótica é também um elemento diferenciador deste negócio, já que contam com uma ampla gama tanto de peças como de robots das mais diversas funcionalidades.





Desafio

A [Electrofun](#) já conta também com uma loja física mas começou a sua atividade através da venda online. O objetivo era facilitar a compra de componentes electrónicos online, sempre centrados na inovação e distribuição de produtos inovadores e especializados. Com um site de qualidade, bem posicionado no Google e na criação de anúncios de marketing baseados em palavras-chave, não conseguiam, no entanto, alcançar as metas estabelecidas e a percentagem 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:

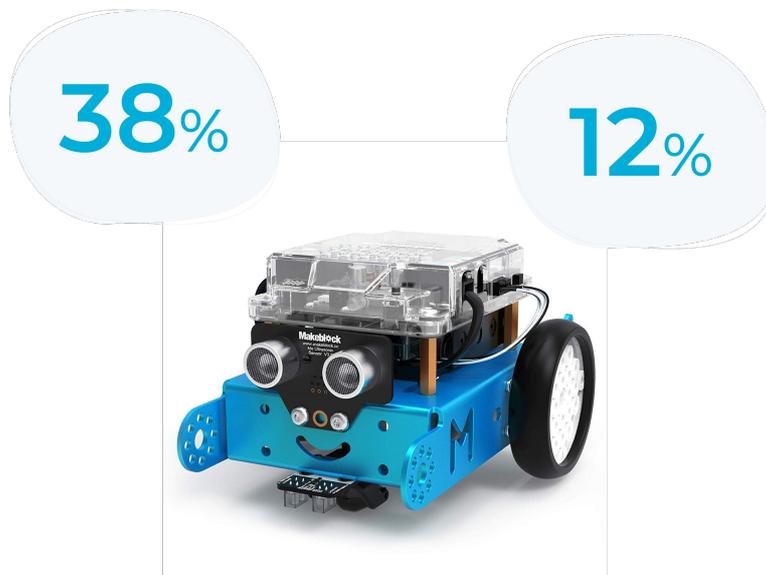
Por um lado, conhecer a trajetória de cada cliente no seu e-commerce, permitiu realizar uma comunicação mais personalizada e centrada nos interesses específicos de cada visitante.

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

Começaram por criar objetivos automáticos através dos quais sempre que alguém adicionava um produto ao carrinho tornavam-se parte de um segmento específico na sua base de dados.

Este segmento, foi adicionado a um Autobot, ou seja, um automatismo, através do qual, 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 destes emails começaram a ser enviados superou os 38%. Para além disso, às pessoas que abriam o e-mail mas que acabavam por não comprar, eram enviados SMS. 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. Enviar campanhas com produtos do seu interesse no momento adequado, teve como resultado o aumento da taxa de abertura para os 30% e, conseqüentemente, também os cliques e as visitas ao site.

Para além disso, 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 só o ticket médio, como também as compras recorrentes de clientes já fidelizados.

Ao princípio, a ideia de gerir tudo através do E-goi era uma decisão meramente financeira. Hoje, dou-me conta que não apenas nos ajudou a aumentar as nossas vendas, como também me poupa imenso tempo graças à automatização. 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 da app Qero, uma aplicação gratuita com a qual se pode criar programas de pontos e vouchers de desconto. A ideia é continuar a fidelizar os clientes que já compraram de forma automática com base no número de compras ou valor gasto e vouchers 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

